سلسلة الدار العربية للتعليم المفتوح
الدراسات الإعلامية

فن التحرير الصحفي

أ.د/ ليلى عبد المجيد
عميدة كلية الإعلام
جامعة القاهرة

أ.د/ محمود علم الدين
رئيس قسم الصحافة
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

2009



الدار العربية للنشر والتوزيع

سلسلة الدار العربية للتعليم المفتوح

الدراسات الإعلامية



فن التحرير الصحفي

أ.د/ ليلى عبد المجيد

عميدة كلية الإعلام

جامعة القاهرة

أ.د/ محمود علم الدين

رئيس قسم الصحافة

كلية الإعلام – جامعة القاهرة

2009



الدار العربية للنشر والتوزيع

حقوق النشر

اسم الكتـــاب : فن التحرير الصحفي

اســم المؤلف : أ.د/ليلى عبد المجيد

أ.د/محمود علم الدين

رقــم الإيداع : ١٣٤٨٠ / ٢٠٠٨

الترقيم الدولى : 977-258-329-1

الطبعـة الأولى : 2009

حقوق النشر محفوظة

للدار العربية للنشر والتوزيع

32 شارع عباس العقاد – مدينة نصر

جمهورية مصر العربية – القاهرة

تليفون : 22753335

فاكس : 22753388

مقدمة الناشر

يتزايد الاهتمام باللغة العربية فى بلادنا يوماً بعد يوم. ولا شك أنه فى الغد القريب ستستعيد اللغة العربية هيبتها التى طالما امتهنت واذلت من أبنائها وغير ابنائها. ولا ريب فى أن امتهان لغة أية أمة من الأمم هو إذلال ثقافى فكرى للأمة نفسها، الأمر الذى يتطلب تضافر جهود أبناء الأمة رجالاً ونساءً طلاباً وطالبات، علماء ومثقفين مفكرين وسياسيين فى سبيل جعل لغة العروبة تحتل مكانتها اللائقة التى اعترف المجتمع الدولى بها لغة عمل فى منظمة الأمم المتحدة ومؤسساتها فى أنحاء العالم لأنها لغة أمة ذات حضارة عريقة استوعبت - فيما مضى- علوم الأمم الأخرى وصهرتها فى بوتقتها اللغوية والفكرية، فكانت لغة العلوم والأدب، ولغة الفكر والكتابة والمخاطبة.

إن الفضل فى التقدم العلمى الذى تنعم به أوروبا اليوم يرجع فى واقعه إلى الصحوة العلمية فى الترجمة التى عاشتها فى القرون الوسطى. فقد كانت المرجع الوحيد للعلوم الطبية والعلمية والاجتماعية هو الكتب المترجمة عن اللغة العربية لابن سينا وابن الهيثم والفارابى وابن خلدون وغيرهم من عمالقة العرب، ولم ينكر الأوروبيون ذلك، بل يسجل تاريخهم ما ترجموه عن حضارة الفراعنة والعرب والإغريق، وهذا يشهد بأن اللغة العربية كانت مطواعة للعلوم والتدريس والتأليف، وأنها قادرة على التعبير عن متطلبات الحياة وما يستجد من علوم، وأن غيرها ليس بأدق منها، ولا أقدر على التعبير.

ولكن ما أصاب الأمة من مصائب وجمود بدأ مع نهاية عصر الوجود التركى، ثم الاستعمار البريطانى والفرنسى مما عاق اللغة عن النمو والتطور، وأبعدها عن العلم والحضارة ولكن عندما أحس العرب بأن حياتهم لابد من أن تتغير، وأن جمودهم لابد أن تدب فيه الحياة، اندفع الرواد من اللغويين والأدباء والعلماء نحو إنماء اللغة وتطويرها حتى أن مدرسة قصر العينى فى القاهرة، والجامعة الأمريكية فى بيروت درستا الطب بالعربية أول إنشائهما. ولو تصفحنا الكتب التى أُلفت أو تُرجمت يوم كان الطب يدرس فيها باللغة العربية لوجدناها كتباً ممتازة لا تقل جودة عن مثيلاتها من كتب الغرب فى ذلك الحين، سواء فى الطبع، أو حسن التعبير، أو براعة الإيضاح، ولكن هذين المعهدين تنكرا للغة العربية فيما

بعد، وسادت لغة المستعمر. وفُرضت على أبناء الأمة فرضاً، إذ رأى المستعمر أن فى خنق اللغة العربية مجالاً لعرقلة الأمة العربية.

وبالرغم من المقاومة العنيفة التى قابلها، إلا أنه كان بين المواطنين صنائع سبقوا الأجنبى فيما يتطلع إليه، فتفننوا فى أساليب التملق له اكتساباً لمرضاته، ورجال تأثروا بحملات المستعمر الظالمة، يشككون فى قدرة اللغة على استيعاب الحضارة الجديدة، وغاب عنهم ما قاله الحاكم الفرنسى لجيشه الزاحف إلى الجزائر: "علموا لغتنا وانشروها حتى نحكم الجزائر، فإذا حكمت لغتنا الجزائر، فقد حكمناها حقيقة".

فهل لى أن أوجه نداءً إلى جميع حكومات الدول العربية بأن تبادر- فى أسرع وقت ممكن- إلى اتخاذ التدابير، والوسائل الكفيلة باستعمال اللغة العربية لغة تدريس فى جميع مراحل التعليم العام والمهنى والجامعى، مع العناية الكافية باللغات الأجنبية فى مختلف مراحل التعليم لتكون وسيلة الإطلاع على تطور العلم والثقافة والانفتاح على العالم. وكلنا ثقة فى إيمان العلماء والأساتذة بالتعريب، نظراً لأن استعمال اللغة القومية فى التدريس ييسر على الطالب سرعة الفهم دون عائق لغوى وبذلك تزداد حصيلته الدراسية، ويرتفع بمستواه العلمى، وذلك يعتبر تأصيلاً للفكر العلمى فى البلاد، وتمكيناً للغة القومية من الازدهار والقيام بدورها. فى التعبير عن حاجات المجتمع، وألفاظ ومصطلحات الحضارة والعلوم.

ولا يغيب عن حكوماتنا العربية أن حركة التعريب تسير متباطئة، أو تكاد تتوقف بل تحارب أحياناً ممن يشغلون بعض الوظائف القيادية فى سلك التعليم والجامعات ممن ترك الاستعمار فى نفوسهم عقُداً وأمراضاً، رغم أنهم يعلمون أن جامعات إسرائيل قد ترجمت العلوم التطبيقية الحديثة إلى اللغة العبرية وعدد من يتخاطب بها فى العالم لا يزيد عن خمسة عشر مليون يهوديًا، كما أنه من خلال زياراتى لبعض الدول واطلاعى على مناهجها الدراسية وجدت كل أمة من الأمم تدرس بلغتها القومية مختلف فروع العلوم والآدب والتقنية كاليابان، وإسبانيا، وألمانيا، ودول أمريكا اللاتينية، ولم تشك أمة من هذه الأمم فى قدرة لغتها على تغطية العلوم الحديثة، فهل أمة العرب أقل شأناً من غيرها ؟!.

وأخيراً .. وتماشياً مع أهداف الدار العربية للنشر والتوزيع، وتحقيقاً لأغراضها فى تدعيم الإنتاج العلمى باللغة العربية، وتشجيع العلماء والباحثين فى إعادة مناهج التفكير العلمى وطرائقه إلى رحاب لغتنا الشريفة تقوم الدار بنشر هذا الكتاب المتميز الذى يعتبر واحداً من

ضمن ما نشرته - وستقوم بنشرة - الدار من الكتب العربية التى قام بتأليفها أو ترجمتها نخبة ممتازة من أساتذة الجامعات المصرية والعربية المختلفة.

وبهذا ... ننفذ عهداً قطعناه على المضى قدما فيما أردناه من خدمة لغة الوحى وفيما أراده الله تعالى لنا من جهاد فيها.

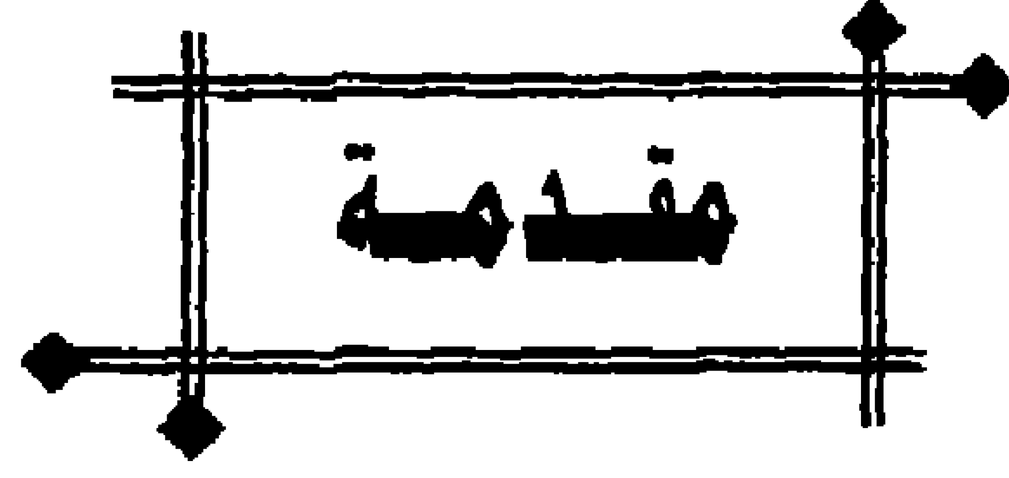
وقد صدق الله العظيم حينما قال فى كتابة الكريم ﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (106) ﴾ " سورة التوبة "

محمد أحمد دربالة

الدار العربية للنشر والتوزيع

الفهرس

الموضوع	الصفحة



مقدمة

هذا الكتاب يستهدف المساهمة في تطوير معارف ومهارات الدارسين العرب فى جانب مهم وحيوى من جوانب عملية اصدار الصحيفة، وهو فن التحرير الصحفى.

ويتصدى الكاتب لمعالجة التحرير الصحفى من اكثر من زاوية: كعملية كتابة إبداعية وكجزء من الفن الصحفى، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة، فضلا عن كونه عملية إتصال بالجماهير لها أطرافها المتعددة التى تتضمن: القائم بالاتصال (المحرر فى إطار الجهاز التحريرى)، والجمهور، والوسيلة، والهدف، وبعض المتغيرات المؤثرة على الأداء الاتصالى للمحرر الصحفى مثل: السياسة التحريرية، المعلومات وغيرها.

ويسعى الكاتب إلى تأصيل الجوانب النظرية والأبعاد العملية لفن التحرير الصحفى، وتغطية كافة الوسائل المطبوعة التى توظف فن التحرير الصحفى: من خلال الحديث عن فن التحرير فى الصحافة من جرائد ومجلات.

ويرصد الكتاب الممارسات الحالية والمستقرة التى تطبق فى قاعات التحرير بالمؤسسات الصحفية فى دول العالم المختلفة، اضافة الى التيارات الحديثة التى تطبق على نطاق ضيق الآن، ولكنها فى سبيلها لأن تصبح واقعا فعليا، يسيطر على الممارسات المهنية فى مجالات التغطية الصحفية والتحرير الصحفى.

ويقع كتاب: "فن التحرير الصحفى" فى عشر وحدات على النحو التالى :

الوحدة الأولى: مفهوم التحرير الصحفى وأدواته، **الوحدة الثانية:** السياسة التحريرية والعوامل المؤثرة فيها، **الوحدة الثالثة:** التخطيط لتحرير الجريدة، **الوحدة الرابعة:** الأشكال الإخبارية، **الوحدة الخامسة:** الأشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية، **الوحدة السادسة:** أشكال مواد الرأى، **الوحدة السابعة:** الأشكال

الصحفية الأخرى، **الوحدة الثامنة:** تحرير المجلة كعملية اتصال بالجماهير، **الوحدة التاسعة:** الأشكال الصحفية فى المجلة، **الوحدة العاشرة:** التحرير لوكالات الأنباء.

ويعالج كتاب "فن التحرير الصحفى" المعارف النظرية الأساسية فى مجال التحرير الصحفى، إلى جانب المهارات المهنية، ولايغفل الجوانب الأخلاقية للممارسة.

دكتورة ليلى عبد المجيد

دكتور محمود علم الدين

الوحدة الأولى

مفهـــوم
التحـريـر الصحفـى وأدواتـه

الوحدة الأولى

مفهوم التحرير الصحفى وأدواته

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يحدد مفهوم التحرير الصحفى تحديداً دقيقاً لغوياً وأسلوبياً.

2- يشرح مفهوم التحرير الصحفى كعملية اتصال وخطوة من خطوات إصدار الصحيفة.

3- يميز بين أنواع النثر وحدود التعبير.

4- يشرح خطوات عملية التحرير الصحفى.

5- يمارس التحرير معتمداً على المعايير الخاصة بالكتابة الصحفية.

6- يقيم تطبيق خطوات التحرير الصحفى عملياً على نماذج كتابية صحفية.

عناصر الوحدة:

1- مفهوم التحرير الصحفى بسماته المتعددة.

2- وظيفة الصحيفة.

3- سمات اللغة الصحفية.

4- مكونات أسلوب التحرير الصحفى.

5- المستويات الكتابية.

6- خطوات إصدار صحيفة.

7- خطوات التحرير الصحفى.

8- خلاصة.

9- أسئلة.

10- أنشطة.

11- مراجع.

المفهـــوم:

لا يمكن النظر الى التحرير الصحفى من زاوية أو من منظور واحد بل تتعدد الزوايا والمداخل، حيث يمكن النظر اليه من زاوية أنه عملية اتصال بالجماهير، وانه عملية صحفية فنية، وكخطوة من خطوات اصدار الصحيفة ،فضلا عن كونه فن كتابى له سماته وخصائصه المميزة.

التحرير الصحفى هو عملية اتصال جماهيريةMass Communication Process متكاملة الأطراف ومستمرة، يقوم فيها القائم بالاتصال Communicator أو المرسل Sender وهو هنا المحرر الصحفى، بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة Message أو مضمون أو محتوى Content صحفى معين، سياسى أو اقتصادى أو رياضى أو نص صحفى Copy فى شكل أو قالب صحفى مناسب قد يكون حديثاً أو خبراً أو مقالا، ثم يرسل أو يبث Transmit هذه الرسالة أو المضمون الصحفى من خلال وسيلة اتصال جماهيرية Mass medium هى الصحيفة جريدة كانت أو مجلة إلى المستقبل Receiver أو الجمهور Audience القارئ للصحيفة لتحقيق الأهداف التى تسعى الصحيفة لأجل تحقيقها كوسيلة اتصال جماهيرية والمرتبطة بسياستها التحريرية كالإعلام أو التفسير أو التركيز على محور اجتماعى أو اقتصادى أو سياسى معين بغية المساهمة فى تشكيل الرأى العام فى أسلوب واتجاه معين ومن خلال ردود الفعل أو رجع الصدى Feed back الذى يحصل عليه المحرر الصحفى من وسائل التقويم الصحفية العديدة التى تستعين بها الصحيفة بدءاً من رسائل القراء التقليدية واتصالاتها الهاتفية. حتى بحوث الجمهور واستطلاعات الرأى العام، يتم تقويم الرسالة الاتصالية ومعرفة ردود فعلها، وعلى ضوء ذلك يعدل المحرر من رسالته وأسلوبه أو يستمر فى أسلوبه الحالى.

والتحرير الصحفى – بمفهومه الصحفى كخطوة من خطوات اصدار الصحيفة – جريدة أو مجلة – هو العملية اليومية أو الأسبوعية – حسب دورية الاصدار والتى يقوم فيها المحرر الصحفى بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون

المادة الصحفية أو المعلومات التى جمعها من المصادر المختلفة فى الأشكال أو القوالب الصحفية المناسبة والمتعارف عليها كقوالب فنية تحريرية للجريدة أو المقال ثم المراجعة الدقيقة واعادة الصياغة لها، وعملية التحرير الصحفى كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات اصدار الصحيفة تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية فالمحرر يكتب المادة فى الشكل الذى اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر ويراجعه المحرر المسئول أى يحرر ما كتبه، وقد تبدأ العملية وتنتهى مع المحرر الذى يقوم بالعمليتين معاً الكتابة Writing والتحرير Editing، وكلمة تحرير Editing معناها اعداد كتابات الآخرين للنشر، ومنها جاءت كلمة Editor أى محرر أو رئيس تحرير، والمحرر الصحفى الناجح هو الذى ينجح فى الكتابة بلغة صحفية مناسبة وجيدة، مما يجعل هذا النص الصحفى خبراً كان أو موضوعاً لا يحتاج إلى عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة واعادة صياغة مرة بالحذف أو الاضافة أو تغيير الأسلوب أو البناء الفنى للنص.

ويهدف التحرير الصحفى كعملية صحفية فنية، وكخطوة من خطوات اصدار الصحيفة إلى تحقيق عدة أشياء من **أهمها:**

1. جعل النص الصحفى (الخبر أو الموضوع) يتناسب مع سياسة الصحيفة.
2. تحرى الأخطاء التى قد ترد فى الحقائق والمعلومات (الأرقام – الأسماء – العواصم – الهجاء مثلا) وتصحيحها.
3. جعل النص الصحفى يتناسب مع المساحة المحددة له.
4. تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفى.
5. توضيح معانى النص الصحفى واحياؤها.
6. مراجعة النص الصحفى من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.
7. تعديل لهجة النص الصحفى عند الضرورة.
8. جعل النص الصحفى يروق لقارىء الصحيفة.

9. خلق نوع من الهارمونية والتناغم الأسلوبى بين النصوص (المواد أو الأخبار والموضوعات) الصحفية المختلفة التى تنشرها الصحيفة.

10. تسهيل عملية الاخراج الصحفى.

ولتحقيق الأهداف السابقة يحتاج المحرر الصحفى إلى القيام ببعض العمليات التحريرية مثل:

1. التأكد من دقة بيانات النص الصحفى (بالتشاور مع محرر أو أخصائى أو خبير قسم المعلومات بالمؤسسة الصحفية أو بنك المعلومات خارج الصحيفة).

2. اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية.

3. اعادة صياغة النص الصحفى كاملاً بهدف صقله لغوياً.

4. اعادة صياغة النص الصحفى بهدف خلق نوع من الاتساق الأسلوبى.

5. حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التى تتسم بالصعوبة وضعف المقروئية.

6. حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التى قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض مع الذوق العام.

7. اختصار النص الصحفى ليتناسب مع المساحة المحددة.

8. استكمال النص الصحفى ببعض المعلومات والبيانات التى تكمله من ناحية المضمون وتجعله يغطى كل جوانب الفكرة (خاصة فى الأخبار والتحقيقات الصحفية).

9. اعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفى، الرئيسية منها، والثانوية، وكذلك الفرعية وهى عنصر مهم جداً لإراحة القارئ بصرياً وفكرياً، وإضافتها ان لم تكن موجودة فى النص الأصلى.

10.دمج نص مع نص آخر (خاصة بالنسبة للأخبار)، أو عمل اشارة لنص فى نهاية نص صحفى آخر.

وبالنظر إلى التحرير الصحفى – من هذه الزاوية الصحفية الفنية – يمكن القول – وفقاً لرؤية الدكتور محمود أدهم – أن التحرير الصحفى هو: "طريقة الكتابة الفنية التى تتيح للمحرر الصحفى واستناداً إلى فكر متميز، ومن خلال قيامه بمسئوليات وظيفية، تسجيل الأحداث المهمة الحالية والمتجددة، ونقل الوقائع والتفضيلات والصور والمشاهد المرتبطة بها والتعريف بما أسفر عنه البحث وراء عللها وأسبابها الظاهرة والخفية وتقديم المعلومات والبيانات المفيدة وتبنى الظواهر والأنشطة والمشكلات المختلفة والمؤثرة وعرض وتفسير ومناقشة الأقوال والتصريحات والأفكار والآراء والاتجاهات والمواقف والقضايا والحلول ذات الجدارة والنفع وتناول ما يستحق من تطوراتها ونتائجها المتاحة والمتتابعة، انطلاقاً من صالح الفرد والمجتمع والإنسانية ووسيلة النشر والتعبير عن ذلك كله تعبيراً دقيقاً وموضوعياً فى أغلب الأحوال فى عبارات قصيرة ومتماسكة، وبواسطة لغة صحيحة سهلة وواضحة وجذابة، فى شكل عمل فنى صحفى، يمثل رسالة إعلامية موجهة إلى القراء، تكون صالحة للطبع والنشـــر والتوزيع، فى الوقت المناسب على صفحة أو صفحات جريدة أو مجلة".

والتحرير الصحفى – بمفهومه اللغوى والأسلوبى – وكعملية فنية كتابية، هو أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية fiction, factual وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات من اطار التصور الذهنى والفكرة إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادى.

والتحرير الصحفى – أو فن الكتابة الصحفية كفن كتابى يختلف عن فن الكتابة العلمية، حيث تعتمد الأخيرة على المصطلحات العلمية أو الفنية المحددة الدقيقة التى قد لا يفهمها إلا أصحاب التخصص الدقيق، كما تختلف عن الكتابة الأدبية التى تعتمد على الخيال والبلاغة اللفظية والاستطراد وتخاطب مشاعر المستقبل وتتوجه إلى قارئ يبحث عن متعة جمالية وفكرية.

بينما التحرير الصحفى كفن كتابى يعتمد على الأسلوب العلمى المتأدب أو اللغة الوسطى التى يسميها البعض باللغة الصحفية أو اللغة الإعلامية ذات الأسلوب الصحفى أو الإعلامى. الذى يفهمه قارئ الصحيفة العادى، وذات الأشكال أو القوالب الفنية المتميزة التى يتم من خلالها نقل المضمون الصحفى.

والتحرير الصحفى كفن كتابى هو نوع من النثر، ولكن أين موقعه من أنواع النثر المختلفة؟ وما هى سماته؟

لقد عرف النقاد العرب النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية وهو تعريف مبسط ومباشر وقسموا هذا النثر إلى **ثلاثة أنواع هى:**

1- النثر العادى:

وهو الذى يستخدمه عامة الناس فى لغة تخاطبهم العادية دون أن يحفلوا به، أو يقصدوا فيه إلى شيء من الروية أو التفكير أو الزخرف، انما يرسلونها مباشرة لمجرد التعبير عن حاجاتهم المختلفة، وهذا النوع من النثر يتمثل فى لغة التخاطب اليومى.

2- النثر العلمى:

وهو الذى تصاغ به الحقائق العلمية لمجرد ابرازها والتعبير عنها دون عناية بالناحية الفنية.

3- النثر الفنى:

وهو الذى يرتفع به أصحابه عن لغة الحديث العادية، ولغة العلم الجافة، إلى لغة فيها فن ومهارة وروية، ويوفرون له ضروباً من التنسيق والتنميق والزخرف، فيختارون ألفاظه، وينسقون جمله، وينمقون معانيه.

فيكون للنثر الفني بهذا المعنى لوناً جميلاً من الفن للتعبير عن خلجات النفس، وومضات العقل، ونظرات الشعور، وهو يستخدم ألواناً من الطاقات الفنية المختلفة من

حيث العناية باختيار الألفاظ وتركيب الجمل وما شابه ذلك. وهو يوفر للمستقبل ما توفره الفنون الأخرى كالموسيقى والرسم والشعر من ضروب الامتاع الفنى.

ويتحقق في النثر الفنى التفكير من ناحية والجمال من ناحية أخرى.

والتحرير الصحفى – كفن كتابى ينتمى إلى نوع رابع من النثر، إضافه أساتذة الصحافة والأدب إلى أنواع النثر التقليدية (العادى – العلمى – الفنى) هو النثر العملى، أو الصحفى وقد أضيف هذا النثر وبرز بعد ظهور الصحافة العربية فى القرن التاسع عشر وقالوا أن هذا النثر يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى أى لغة الأدب، وبين النثر العادى أو لغة التخاطب اليومى.

فالتحرير الصحفى إذاً كعملية فنية كتابية – يتضمن اختياراً أسلوبياً هو النثر العملى أو الصحفى، الذى يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى أى لغة الأدب وبين النثر العادى أى لغة التخاطب اليومى وله من النثر العادى ألفته وسهولته وبساطته ومباشرته وشعبيته، وله من النثر الفنى حظه من التفكير وحظه من عذوبة التعبير.

ولعله انطلاقاً من ذلك المفهوم للنثر العملى أو الصحفى، ان أطلق بعض أساتذة الصحافة على لغة الصحافة وصف الأدب العاجل، ووصفها البعض الآخر بأنها غير خالدة.

التحرير الصحفي: الأسلوب:

الأسلوب Style كما يعرفه بييرجيز راو هو مظهر القول الذى ينجم عن اختيار وسائل التعبير، وهذه الوسائل تحددها طبيعة الشخص المتكلم أو الكاتب ومقاصده، وعناصر الأسلوب هنا خمسة وهى:

1– حدود التعبير:

فالتعريفات المختلفة للأسلوب تتنوع بقدر ما نعتد بالتعبير بأوسع معانى الكلمة أو بمجرد تصوره بشكل محدود، مما يجعلها قابلة لأن تشمل:

(أ) فن الكتابة بالمعنى التقليدى: أى الاستخدام الواعى لوسائل التعبير لأهداف أدبية وجمالية.

(ب) الاختيار العفوى اللاشعورى الذى يعبر عن طبيعة الكاتب وتجربته.

(ج) والشمولية: أى أن يتجاوز الصيغ اللغوية ليقدم موقف الانسان الكلى ورؤيته للعالم.

2- حدود وسائل التعبير:

فإذا كان الأسلوب هو استخدام وسائل التعبير فإن بوسعنا أن نفهم هذه الوسائل على درجات متفاوتة فى السعة والشمول بحيث **تتضمن:**

(أ) الأبنية النحوية من صوتية وصرفية ومعجمية وتركيبية.

(ب) إجراءات التركيب من صيغ شعرية وأجناس أدبية ووصل وما سواه.

(ج) الفكر فـــى شموله من موضوعات ورؤى ومواقف فلسفية من العالم.

(د) قيماً مختلفة تتراكب وتترجم الموقف العفوى للكاتب أو التأثير المقصود الذي يريد أن يحدثه فى المستقبل.

3- طبيعة التعبير:

(أ) هناك قيم عقلية: تترتب على غالبيتها أن يكون الأسلوب واضحاً أو منطقياً أو مضطرباً.

(ب) وهناك قيم تعبيرية: فقد يكون أسلوباً مندفعاً أو طفولياً.

4- مصادر التعبير:

فى منظور متوافق ومجاور للمنظور السابق يمكن فى رأى جيرراو تصنيف الأساليب طبقاً للمعايير التالية:

(أ) المصدر الحسى والنفسى للتعبير: فتتحدد الأساليب طبقاً للأمزجة والأجناس والأعمال والحالات النفسية فتكون هناك أساليب نسائية وأخرى طفولية أو عصبية.

(ب) المصدر الاجتماعي للتعبير: فتكون هناك أساليب كلاسيكية ترتبط بتقاليد المهن أو عادات الأقاليم أو الطبقات الاجتماعية.

(جـ) المصدر الوظيفي: فيكون هناك أسلوب إدارى أو قانونى أو خطابى أو غير ذلك، ويدخل التصنيف الأدبى للأساليب فى هذا المصدر. (ونحن نضع الأسلوب الصحفى فى اطار هذا المصدر).

5- مظهر التعبير:

وتنبثق عن طبيعة التعبير ومصادره مجموعة من التعريفات والأوصاف التى تعتمد عند جيرراو على **ما** يلى:

(أ) شكل التعبير: فهناك تعبير موجز، وآخر تصويرى، وثالث استطرادى مثلاً.

(ب) جوهر التعبير: بالنظر إلى الفكر الذى يحتويه فهناك أسلوب رقيق أو حزين أو نشط.

(جـ) الشخص المتكلم أو الكاتب وموقفه فهناك أسلوب قديم وآخر شعرى وثالث حديث إلى غير ذلك من التصنيفات المختلفة.

أما التحليل الأسلوبى Stylestic Analysis:

فيقوم على دراسة طريقة التعبير من خلال اللغة، وعلى هذا الأساس فإن الأسلوبية Stylestique هى محاولة فى المنهج وليست علماً متكاملاً.

ويقوم هذا التحليل الأسلوبى على أساس دراسة الاختيار، وذلك أن كل جملة جاءت إلى الوجود للتعبير أنما جاءت نتيجة الاختيار لتركيبها واختيار لكلماتها واختيار

لتوجهها والتحليل الأسلوبي يسعى لاستكشاف كافة أسباب الاختيار في الجملة: لماذا هذه الكلمة أو تلك؟ لماذا هذه البنية التركيبية؟ ولماذا هذا التركيز؟ ولماذا هذا الأسلوب؟

أي أن هدف التحليل الأسلوبي هو تفسير كل اختيار لغوي في النص سواء ما تعلق منها بالصيغ الأسلوبية أو ما تعلق بالرموز الضمنية، فالأسلوبية تركز على اللغة ذاتها لما تحمله من دلالات، ولعل هذا ما يفرق بين التحليل الأسلوبي والتحليل الدلالي، فالأول يبحث في الصيغ الأسلوبية للرسالة الصحفية، في حين أن الثاني يبحث في معنى الرسالة الصحفية.

والتحليل الأسلوبي يمكن أن يساعد في دراسة الأساليب المختلفة للكتاب الصحفيين، ذلك أن الموازنة بين العلاقات المختلفة هي جوهر التحليل الأسلوبي.

ولذلك فإن تحديد أسلوب كاتب معين يتمثل أيضاً في مقارنته بأساليب غيره من الكتاب المعاصرين، ومعنى هذا أن علم الأسلوب ذو طابع مقارن، فهذه المصطلحات قد تكون صالحة لأن يستخدمها القارئ المتذوق، اما حين يراد بها أن تحتل مكانها في طاقم من المفاهيم والتصورات في مجال البحث العلمي فليست صالحة وعلى سبيل المثال فهل يزيد القارئ معرفة بزيد أو عمرو أو غيرهما من الكتاب أن يقال له: انه جزل الألفاظ متين السبك، سلس الأفكار، عذب الموسيقى، محلق الخيال، قوي العاطفة، أو أن يقال له عكس ذلك أن أسلوبه يمتاز بالركاكة والضعف والجفاف وجمود العاطفة، والبديل لهذه المصطلحات الذاتية هو استبدال معايير موضوعية لتحليل النص. فالنص عند كاتب معين يمتاز عادة باستخدام وحدات معجمية معينة، للزيادة أو النقص في استخدام صيغ معينة أو نوع معين من الكلمات قد تكون صفات أو أفعال أو ظروف أو حروف جر، وكذلك طول الكلمات المستخدمة أو قصرها، وطول الجمل أو قصرها ونوع الجمل: اسمية، فعلية، ذات طرف واحد أو بسيطة أو مركبة، وإنشائية أو خبرية، وهذه السمات اللغوية حين تحظى بنسبة عالية من التكرار وحين ترتبط بسياقات معينة على نحو له دلالته، تصبح خواصاً أسلوبية Slylistic Marks تظهر في النصوص بنسب Raties وكثافة Density وتوزيعات Distributions مختلفة، وهو ما يبرز

أهمية القياس الكمى باعتباره معياراً موضوعياً منطقياً وقادراً على تشخيص السمات السائدة فى نص معين أو عند كاتب معين، أى بعبارة أخرى تحديد المميزات الأسلوبية فى هذا النص أو فى نتاج هذا الكاتب.

ويطلق على هذا النوع من الدراسة مصطلح علم الأسلوب الاحصائى Statistical Stylistics وهو أحد مجالات الدراسات اللغوية الأسلوبية المعاصرة.

الأسلوب الصحفى:

فى ضوء طبيعة الصحيفة - الجريدة مثلاً - كوسيلة اتصال لها سمات معينة كشكل مطبوع يصدر بصفة دورية لفترة لا تزيد عن الأسبوع ولا تقل عن يوم، تخاطب جماهير متنوعة الاهتمامات والمشارب والسمات فى السن والجنس، المستوى التعليمى، المهنة، الموقع الجغرافى، المستوى الاجتماعى. وفى ضوء تعريف الأسلوب بصفة عامة ومحدداته ومظاهره وسماته، وكذلك فى ضوء تيار التحليل الأسلوبى (الأسلوبية)، ومن خلال الدراسة الاستطلاعية لبعض البحوث التى أجريت حول أساليب التحرير الصحفى ومحدداته، سواء ما تعلق منها بصحيفة معينة جريدة أو مجلة، أو ما تعلق منها بكاتب معين أو محرر صحفى أو بتطور الأسلوب الصحفى فى فترة معينة أو مرحلة تاريخية، وبتحليل علمى لأساليب تحرير بعض الجرائد والمجلات ومقارنته بتحرير الكتب والمقالات العلمية والمقالات الأدبية وألوان النثر المختلفة، يمكن القول فعلاً وبشكل امبريقى - أن هناك أسلوباً كتابياً أو لغوياً وأسلوباً يتبع فى التحرير الصحفى، أو بمعنى آخر هناك ما يسمى بالأسلوب الصحفى، له محدداته وسماته ومقتضياته.

فالواقع الصحفى يقول: أن هناك أسلوب صحفى أو أسلوب معين له سماته يتبع فى عملية التحرير الصحفى، وينبع هذا الأسلوب من عدة محددات تتعلق بطبيعة الصحافة كوسيلة اتصال من حيث حجم الصحيفة والمساحة المحدودة، وبجانبها التقنى، وطبيعة دوريتها أو توقيت اصدارها الذى يقتضى السرعة التى تتطلب الايجاز

والاختصار والتركيز وبوظيفتها العامة، وهى التعبير عما يحدث فى الحياة اليومية. والتى يطلق عليها الوظيفة الاخبارية - كوظيفة أساسية - إذ تقوم باخبار كل فئات الرأى العام، ولما كانت سرعة توصيل الخبر إلى كل الطبقات الاجتماعية على مختلف مستوياتها الثقافية هى الهدف الأول لكل صحيفة، إلى جانب ما استجد بسبب ظروف العصر ومنافسة وسائل الاتصال الأخرى وتعقد الأحداث وتشابكها من وظائف أساسية أخرى للجريدة كانت فيما سبق من اختصاص المجلة كالتفسير والتحليل والشرح والاستقصاء، كان على الأسلوب الصحفى أن يتخذ شكلاً سهلاً يقترب من الأسلوب الدارج، وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية مبتعدة بذلك عن الاستعارات والكنايات والتشبيهات والألفاظ الزائدة، وعن كل تعقيد حتى يسهل على الجميع فهم محتواها، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية.

كما أن الوظيفة الثانية - بعد الاخبارية - وهى الوظيفة التفسيرية للأحداث والوقائع والأفكار والتجارب السياسية والاقتصادية والرياضية والقانونية والعلمية والفنية، تلقى تبعات على الأسلوب الصحفى: أهمها الجنوح إلى التوضيح والتبسيط والدقة والتحديد بحيث يفهمها المتخصص ويفهمها القارئ العادى.

فالصحيفة المعاصرة هى حلقة وصل بين منابع الخبر والجمهور، وعليها ترجمة وتوصيل كلام السياسى بما فيه من تعقيد ودعاية لنفسه ولحزبه، وكلام رجل الاقتصاد بما فيه من اصطلاحات خاصة -لا يفهمها- العامة وأخبار الرياضة والقضاء بما فيها من تعبيرات معينة إلى الرأى العام بلغة سهلة، يفهمها العامة، حتى يمكن لها أن تقوم بواجبها فى التأثير على الرأى العام وتكوينه.

وتتلخص صعوبة هذه الوظيفة - وهى التبسيط والتجسيد والشرح والعرض المفهوم للأحداث - فى معضلة أسلوبية تتصل بطبيعة المضمون الصحفى المتنوع، وهى وجود لغة خاصة لكل باب من أبواب الصحيفة من علوم ورياضة بدنية وموضة وبورصة وفنون وموسيقى وقضاء وإدارة وهلم جرا.، وعلى الصحفى أن يخلق من هذه اللغات لغة واحدة سهلة يفهمها جمهور القراء، ويلعب الصحفى هنا دور الوسيط

بين هذه المجموعات وبين الجمهور، وعليه ألا يخاطب مجموعة معينة من الجمهور ولكن كل من له اهتمام بموضوع ما. وللصحافة اضافة لما سبق لغتان يشترط فيهما الوضوح والبساطة. لغة موضوعية لتحرير الأخبار والتحقيقات والأحاديث، وأخرى خاصة (أو ذاتية) لكتابة المقالات بأنواعها المختلفة وبعض الأشكال الصحفية الأخرى السابقة.

ولعل نظرة إلى تاريخ الصحافة بصفة عامة والصحافة المصرية بوجه خاص - تؤكد لنا أنه كانت هناك لغة خاصة بالصحافة، وان هذه اللغة الصحفية قد تميزت **بالسمات التالية:**

أولاً: أن هذه اللغة قد عكست الواقع الاجتماعى الحضارى واللغوى الذى يعيشه المجتمع، فلغة صحيفة الوقائع المصرية مثلاً يظن من يقرأها أن القائمين عليها من الأعاجم، وليسوا عربا، ولغة الصحافة فى الثورة العرابية خطابية تعتمد على اثارة الشعور، والهاب العواطف، وهى لغة تستخدم الألفاظ الطنانة الرنانة وتمثل واقع الثورة العرابية وظروفها.

ثانياً: أنها - أى لغة الصحافة - كانت مرآة بينت تطور أساليب الكتابة العربية وعكست صورة صادقة لحركة التطور الاجتماعى والأدبى واللغوى، فصحف القرن التاسع عشر فى مصر تبين لنا كيف تطور الأسلوب من المحسنات اللفظية والألفاظ الغريبة وركاكة الأسلوب إلى الوضوح والبساطة والأدلة المنطقية.

كما برزت فى النصف الأول من القرن العشرين مجموعة من المجلات الأدبية والثقافية أثرت لغة الصحافة وأثرت لغة الأدب، وكان لها أثر عظيم فى النهضة الأدبية واللغوية فى الوطن العربى.

وبرزت فى النصف الثانى من القرن العشرين لغة الخبر والجملة القصيرة فى الصحافة، والتى تجسدت وتأصلت على يد صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية التى صدرت فى 11 نوفمبر 1944.

ويمكن حصر مكونات الأسلوب الإعلامى البليغ بعامة وأسلوب التحرير الصحفى بخاصة فى المكونات الأربعة التالية:

المكون الأول: يتصل بالصحة النحوية والصرفية:

وهى تحديد أبنية الكلمات من حيث ما طرأ عليها من تغيير أو تبديل من طرف، وضبط العلاقات التى تربط بينها من خلال حركات الإعراب وعلامات البناء فى طرف ثان، وأصول النطق أو الهجاء السليم لأنه يحدد المعنى ويجلوه من طرف آخر.

المكون الثانى: ويتصل بالصحة المنطقية:

وهى ضرورة وجود خواص ترتبط بالبناء الفكرى للنص الصحفى بعامة والجملة بصفة خاصة بحيث تأتى النتائج والأحكام، متفقه مع المقدمات، وان تنتظم الفكرة الواحدة فى عقد منظوم مع الفكرات المرتبطة بها أو المكملة لها خلال السياق أو المضمون الواحد.

وتتضمن الصحة المنطقية أن ينتظم الكلام ايقاعاً فكرياً داخلياً، لا تتناقض فيه المعانى مع بعضها البعض ولا تتعارض مع ما ينشد الكاتب من دعوة إلى رأى أو قيمة من القيم الانسانية من ناحية ولا تتناقض مع الحقيقة من ناحية أخرى سواء كان ذلك في ميدان العلم أو التاريخ أو الحياة أو الطبيعة.

المكون الثالث: يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغية:

ويعنى بها أن ينحت الأسلوب وفقاً لمتطلبات الأساليب العربية الفصيحة ويحقق شروط البلاغة، ولا تناقض هنا بين هذا المطلب أو هذا المكون وطابع البساطة واليسر والوضوح فى لغة الإعلام.

المكون الرابع: يتصل بالصحة الأسلوبية الخاصة أو الصحفية:

وهى تتصل بطبيعة الصحيفة كوسيلة اتصال جماهيرية تعتمد على الكلمة المطبوعة، ولها وظائفها، وأهدافها، وسياساتها، وجمهورها، ومضمون ذو طبيعة خاصة، ونعنى بها محاولة لغة الصحافة إلى جانب المحافظة على المكونات الثلاثة

السابقة، ان تحافظ على خصائص أخرى فى الأسلوب من أهمها: البساطة والإيجاز والتأكيد والأصالة والاختصار والصحة.

ويمكن ترجمة الصحة الأسلوبية الخاصة للصحيفة فى الجوانب الأسلوبية، أو المعايير التالية التى ينبغى أن يراعيها المحرر الصحفى عند كتابة مادته الصحفية فى نصوصها المختلفة الإخبارية وغير الإخبارية، وهى:

1. الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف التى لا لزوم لها، وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التى لا ضرورة لها، كما يجب الاستغناء عن الجمل الطويلة وكل تكرار.

2. استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة الواضحة، وهنا يجب الإشارة إلى ضرورة تفضيل الكلمات القصيرة المألوفة، كما يجب عدم استخدام صفة أو صيغة أفعل فى التفضيل لأنها تقلل من دقة الخبر، فمباراة مثيرة أكثر دقة من أكثر المباريات اثارة، كما ينبغى استخدام الفعل المضارع ولاسيما فى العناوين وتجنب استخدام الألفاظ والعبارات التى تحمل معنيين أو التى تنطوى على تنافر لفظى، ويفضل المبنى للمعلوم على المبنى للمجهول عند التحرير الصحفى، إلا أن استخدام المبنى للمجهول فى بعض الأحيان يضيف إلى الأسلوب قوة وينبغى تجنب استخدام الجمع المركب فالطريق يجمع على طرق لا طرقات. طرقات هنا جمع للجمع، ومن الضرورى تجنب جمع أسماء الجنس، لأن مفردها يؤدى الجمع مثل المطر بدلاً من الأمطار. كما يجب استعمال التثنية فى مواضعها الصحيحة، فمن الخطأ القول سار على أقدامه إلى المعهد ولكن يقال سار على قدميه.

3. على المحرر أن يحترم قدسية الخبر ويسوق أخباره خالية من كل رأى، وذلك بالتزامه الموضوعية عند التحرير واستخدامه للعبارات والألفاظ بدقة.

4. ألا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة عن 75 كلمة، وألا تزيد الفقرة عن أربعة جمل، وقد ينقص عدد الجمل إلى جملة واحدة فى الفقرة، والجمل الطويلة تسوق القارئ

إلى الملل، الأمر الذى يجعله يترك الخبر مكتفياً بالعناوين، ويشتمل السطر على 30 - 35 حرفاً ومراعاة وتقسيم الموضوع إلى فقرات ينبغى ألا يطغى على وحدة الخبر ولا على ما فيه من تجانس وتأكيد، وان تفضيل الجمل البسيطة القصيرة لا يعنى تهلهل الأسلوب وتداعيه.

5. أن يتضمن الخبر بياناً سافراً أو مضمراً للمصدر الذى استقى منه. فعلى المحرر أن يذكر مصدر المعلومات صراحة أو أن يدع المصدر مضمراً فى الخبر، أو يتعمد اخفاء مصدر الخبر ليحمى فرداً معيناً أو لتكون له مزيه إخبارية، ولكن عند ذكر مصدره فى جميع فقرات الخبر الذى يرويه عليه أن ينقل كلام المصدر بنصه بين قوسين أو أن ينقل فحوى هذا الكلام دون حاجة إلى إيراده بين قوسين، كما أنه من المستحسن التغيير فى الأسلوب عند نقل بعض الآراء باستعمال الكلمات: (قال) (صرح) (أعلن) (أذاع) (أصر) (أشار) إلى غير ذلك.

6. ترتيب الخبر ترتيباً حسناً منطقياً كان أو زمنيا. ويجب على المحرر أن يحلل الأحداث وأن يربط بينها ليجعل منها قصة اخبارية مترابطة تدور حول محور رئيسى.

7. استخدام الألفاظ المعربة الأكثر استعمالاً من الألفاظ العربية مثل:

الديمقراطية والديكتاتورية والارستقراطية والاستراتيجية والدبلوماسية والحرب الباردة والتكتيك الحربى إلى غير ذلك.

8. استخدام الألفاظ المستحدثة حتى ولو ظهرت غريبة بالنسبة للقارىء فى بادئ الأمر.

9. استخدام علامات الوقف (الترقيم) ضرورة لوضوح الأسلوب ولسهولة فهم القارئ له كالنقطة، الفاصلة، علامات الوقف الاستدراكى (:)، الفاصلة المنقوطة (؛) الشرطة (–)، الهلال { } ، أقواس الاقتباس المزدوجة " " والمفردة ( ) ولكل منها وظيفة وأسلوب فى الاستخدام.

10. الحرص على إيراد الاسم الكامل للشخص فى أول الخبر، ولا مانع بعد ذلك من ذكر جزء من اسمه كما يجب الحرص على الالقاب التى تصبح مع الوقت جزءاً من شخصية حاملها – وإذا كان الشخص لا يحمل لقباً فيمكن وصفه بالسيد إذا كان عربياً (مثلما تفعل صحيفة الأهرام المصرية)، وإذا كان على الصحفى أن يتحرى الدقة فى الخبر، فعليه أن يقوم بذلك بالنسبة للأسماء والألقاب والمناصب، لأن الخطأ فيها قد يسبب خلطاً بين شخصيتين.

11. مراعاة النصائح الخاصة بالأرقام، لتسهيل القراءة. ويحسن كتابة الأرقام من واحد إلى تسعة بالحروف، وفيما عدا ذلك يكتب بالأرقام، ويكتب كل رقم تبدأ به الجملة وكذلك أرقام القرون وبعض الجمل مثل واحد فى المائة أو خمسة فى كل عشرين بالحروف، أما الأرقام فتكتب للدلالة على مبالغ المال ونتائج المباريات ولتغيير الوقت وفى الاحصائيات وعند استخدام الكسور الصحيحة مثل 5.7 وكذلك فى ذكر التواريخ أو عند التعبير عن 2 مليون أو 12 ألف. إلا أنه يستحسن هجاء الكسور إذا لم يأت بعدها عدد ,0 ( ).

ويبقى سؤال فى غاية الأهمية وهو: هل الأسلوب الصحفى أو لغة الصحافة لها مستوى تعبيرى واحد يطبق فى كل المواقف التحريرية الصحفية، ومع كل أشكال النصوص الصحفية أو القوالب الفنية للتحرير الصحفى الأخبارية منها أو التفسيرية أو الاستقصائية أو أشكال الرأى؟

يرى الدكتور محمود أدهم أن مستويات التعبير العملى الصحفى التحريرى (أو أسلوب التحرير الصحفى) تختلف باختلاف الفنون والأنماط والأطر حيث تقترب حيناً من المستوى الأدبى، وتتغير فى حين آخر عنه، كما تقترب حيناً من المستوى العلمى، وتتغير فى حين آخر عنه وهكذا، وحيث نجد أمامنا فى النهاية هذه المستويات الكتابية أو التحريرية أو البيانية الصحفية بما لها من خصائص ومعالم وأسس فنية وهى:

1- **المستوى الصحفى (الاخبارى) البحت:** للأخبار الصغيرة والمتوسطة والكبيرة قبل غيرها من المواد أو الفنون الأخرى.

2- **المستوى الصحفى التسجيلى:** ويمكن أن يطلق عليه أيضاً (التقريرى) وتختص به أساليب تحرير القصص والموضوعات والتقارير الاخبارية أولاً وقبل غيرها من المواد والفنون الأخرى، ويليها فى ذلك بعض أنواع الأحاديث الصحفية.

3- **المستوى الصحفى (التفسيرى):** وتختص به على درجة متقاربة بعض أساليب تحرير أنواع الأحاديث الأخرى، وبعض أنواع التقارير ذات الاتجاهات الحديثة فى الكتابة، والتى لا يقتنع أصحابها بالجانب التسجيلى فقط، وكذا أساليب تحرير أجزاء من التحقيقات الصحفية، ولكن طابعه يغلب قبل ذلك كله على عدد من أساليب تحرير مقالات أو أجزاء من مقالات (كالمقال الافتتاحى الشارح المفسر – التعليق – التفسير – القائد – الموقع – التحليلى).

4- **المستوى الصحفى (الوصفى)** : وهو يتداخل مع عدد من المستويات السابقة ويغلب على طابع أساليب تحرير (المجريات بأنواعها) وكذا بعض جوانب (الأحاديث – التقارير – التحقيق) إلى جانب مقالات (الأعمدة واليوميات) خاصة تلك التى تتجه بمضمونها العام نحو (الرحلات – الخواطر والتأملات – المناسبات – الاعترافات) قبل غيرها.

5- **المستوى الصحفى (المتأدب)** على نحو ما يقول علماء اللغة (الأسلوب العلمى المتأدب) حيث يضفى المحرر هنا على كتابته سمة من الأدب أو قدراً من الذوق الأدبى، لا يزيد عن الحد المعقول كما يبدو ذلك من خلال طابع وأساليب تحرير بعض أنواع العناوين والمقدمات والنهايات للأحاديث والتقارير المصورة والتحقيقات الصحفية عامة. وما يتصل منها بالمجلات خاصة، كما نشاهده أيضاً ضمن مادة أو صلب هذه الأنواع وكذا تحرير مقالات الأعمدة واليوميات الصحفية خاصة ما يتصل منه بالجانب الذاتى.

6- **المستوى الصحفى (العلمى):** وهو الذى يغلب أو ينبغى أن يغلب على طابع وأساليب التحرير التى يتتبعها (المحرر العلمى) و(المحرر العسكرى) و(المحرر

الاقتصادى) و(المحرر الزراعى) وغيرهم من محررى المواد المتخصصة بشكل عام.

7- **وأخيراً المستوى الصحفى (العام)** : ويمكن أن يجمع فيه كاتبه بين أكثر من مستوى من المستويات الفرعية السابقة فى مجموعها، أو بين هذه المستويات كلها، ولن يتحقق ذلك بالقدر المطلوب إلا على نطاق، وفى دائرة أو اطار عدد من الفنون والأنماط الصحفية المتميزة **هى على وجه التحديد:**

- التحقيقات الصحفية المتميزة خاصة: (تحقيق المشكلات – تحقيق الدراسة الصحفية) – تحقيقات (دراسة الشخصية) – تحقيقات (الحملة الصحفية) أو حملة (التحقيقات الصحفية).
- المقالات القائدة الموقعة.
- مقالات اليوميات الصحفية.
- المقال التحليلى.

بشرط أن العثور على الأفكار التى تستحق ان تكون موضوعا لتحقيق صحفى، والمحرر الذى يستطيع اجراء هذا التحقيق، أو مجموعة المحررين الذين يعملون (كفريق عمل) وأما الفنون والأنماط الأخرى، فمن الصعوبة أن يجمع المحرر أو الكاتب بين هذه المستويات الفرعية كلها، فى اطار واحد منها.

التحرير الصحفى.. الخطوات:

التحرير الصحفى جزء من نظام عام للاصدار، وله خطواته وخططه التمهيدية قبل الاصدار أيضا، كما أنه يشكل نظاماً مستقلاً فرعياً داخل النظام العام لاصدار الصحيفة، فلاصدار صحيفة (جريدة أو مجلة) لابد من اتخاذ عدة خطوات مهمة قبل الاصدار هى:

1- دراسة الجمهور ومعرفة احتياجاته.

2- دراسة الصحف المنافسة.

3- تحديد الهدف من الإصدار.

4- رسم السياسة التحريرية.

5- وضع التصميم الأساسى للصحيفة.

6- اختيار النظام الإنتاجى للصحيفة.

7- اختيار الكادر البشرى المؤهل وتوزيعه على الأقسام المختلفة.

8- الحصول على ترخيص قانونى للإصدار أو التقدم بإخطار.

9- تدبير التمويل اللازم ووضع الميزانية وحساب التكاليف.

10- توفير المقر والتجهيزات التكنولوجية المختلفة للاصدار.

11- الاتصال بالمعلنين وحثهم على الإعلان فى الصحيفة.

12- وضع خريطة تنظيمية للصحيفة تحدد خطوط السلطة والمسئوليات والعلاقات وخط سير النص الصحفى من المحرر إلى المطبعة.

13- الاتفاق مع وكالات الأنباء ووكالات الصور والرسوم ووكالات الخدمات الصحفية كوكالات الصور والرسوم والمقالات والمعلومات، وكذلك وكالات الإعلان والتسويق للاستفادة من خدماتهم.

14- إعداد الحملة الإعلانية عن الصحيفة وجدولتها.

15- اصدار الأعداد التجريبية (الاعداد الزيرو) وتحديد موعد نهائى لصدور العدد الأول.

خطوات اصدار عدد من الصحيفة:

وهى الخطوات التى تتم يومياً أو أسبوعياً من أجل إصدار عدد واحد من الصحيفة وتتضمن:

1- تقييم العدد الصادر.

2- التخطيط للعدد التالى.

3- جمع المعلومات من المصادر الداخلية والخارجية للصحيفة بواسطة المحررين والمندوبين.

4- مراجعة المواد المجموعة واستكمالها ميدانياً أو مكتبيا .

5- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للموضوعات، أو الحصول عليها من قسم المعلومات فى حالة بعض الأخبار والموضوعات.

6- تجهيز الرسوم اليدوية التوضيحية والتعبيرية والساخرة بواسطة الرسامين.

7- تحرير المواد الصحفية المجموعة فى شكل أخبار وموضوعات صحفية ومراجعتها.

8- تحرير الكلام أو الشروح المصاحبة للصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية.

9- جلب الإعلانات الصحفية بواسطة المندوبين ووكالات الإعلان المختلفة عن طريق قسم أو إدارة الإعلانات بالصحيفة.

10- تحرير الإعلانات الصحفية واخراجها وتنفيذها على ماكيتات ترسل إلى جهاز التحرير بالجريدة مقترح عليها الصحفات المطلوب نشرها فيها.

11- تقييم المواد الصحفية وتحديد صلاحيتها للنشر، بمعنى أن كل الأخبار والموضوعات تقيم ويقرر ما إذا كانت صالحة للنشر بشكلها الحالى، أو بعد الاستكمال، أو غير صالحة للنشر على الإطلاق.

12- الاستقرار على ماكيت أو تخطيط لمواد العدد التحريرية والإعلانية وتوزيعها على الصفحات المختلفة.

13- اخراج الجريدة بمعنى توضيب الصفحات المختلفة وفقاً لخطة العدد، وفى اطار التصميم الأساسى للجريدة المستقر عليه، ويعنى ذلك تحديد مواقع الأخبار والموضوعات الصحفية والإعلانات داخل الصفحات المختلفة للجريدة، ومساحاتها، وأساليب المعالجة التيبوغرافية لها، ويتضمن ذلك تحديد حجم حروف كل مادة صحفية واتساع سطورها، والصور والرسوم المناسبة لها.

14- إرسال المواد الصحفية والإعلانية المكتوبة إلى قسم الصف لجمعها بواسطة أجهزة الكمبيوتر ومراجعتها وتصحيحها.

15- إرسال المواد المصورة والمرسومة إلى قسم التصوير ومراجعتها.

16- تجميع المواد المكتوبة والمصورة وفقاً للماكيت المتفق عليه فى عملية التوضيب أو المونتاج.

17- مراجعة البروفات الأولية وتصحيحها بعد عملية التوضيب أو المونتاج.

18- تجهيز الصفحات (التصوير الميكانيكى - تجهيز الألواح الطباعية).

ويلاحظ هنا أن الخطوات السابقة قد تم تعديلها بحيث أصبح معظمها يتم بواسطة أجهزة الصف التى تتكون من حاسبات اليكترونية تجرى عليها عمليات الصف والمراجعة والاستكمال والتصحيح والإخراج، وكذلك أساليب إنتاج اللوح الطباعى، حيث أدمجت خطوات وألغيت خطوات بفضل تطورات تكنولوجيا الصحافة.

19- الطباعة.

20- التوزيع.

خطـــوات التحـريـــر الصحـفـي:

وهى جزء من خطوات إصدار الصحيفة السابق التعرض لها بإيجاز فيما سبق، وتختلف خطوات تحرير النص الصحفى باختلاف طبيعة النص، هل هو نص إخبارى أم نص غير إخبارى **بالشكل التالى:**

خطوات تحرير النص الاخبارى:

1- التخطيط لتغطية الخبر (المتوقع والمتابع) أما المفاجئ فلا يخطط له، ويتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر ونقاطه الرئيسية، وجمع الخلفيات المتعلقة به من قسم المعلومات أو من أرشيف المحرر الصحفى الخاص.

2- جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر المختلفة البشرية والوثائقية.

3- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للخبر بواسطة المحرر أو المصور الصحفى.

4- مراجعة المادة الصحفية المكتوبة والمصورة واستكمالها.

5- تقييم المادة الصحفية المكتوبة والمصورة وتحديد صلاحيتها للنشر وبواسطة المحرر المسئول (رئيس القسم أو مدير التحرير أو نائب رئيس التحرير أو رئيس التحرير)، أو كلهم جميعاً حسب خط سير النص الصحفى فى الجريدة.

6- تجهيز الرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة التى سوف تصاحب الموضوعات أو تنشر بمفردها.

7- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى أى تحديد شكل المادة الإخبارية المخطط لنشرها.

8- التحرير النهائى للنص الصحفى.

9- المراجعة النهائية للنص الصحفى المحرر.

10- التقييم النهائى وتحديد أولويات النشر.

خطوات تحرير النص غير الاخبارى (الحديث والتحقيق):

1- اختيار فكرة النص (الموضوع الصحفى هنا) الصحفى وبلورتها.

2- مراجعة الفكرة وتحديدها واقرارها من المحرر المسئول.

3- جمع الخلفيات والتفاصيل الخاصة بفكرة النص الصحفى من معلومات مكتوبة ومصورة ومرسومة من قسم المعلومات الصحفية أو من أرشيف المحرر الخاص.

4- جمع المعلومات اللازمة للنص الصحفى بواسطة المحرر أو فريق العمل.

5- التقاط الصور الفوتوغرافية وتجهيز الرسوم المناسبة للنص الصحفى.

6- المراجعة والاستكمال للمعلومات التى تم جمعها.

7- تقييم المادة الصحفية المجموعة وتحديد مدى صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول.

8- اختيار البناءالفنى للنص الصحفى، أى اختيار الشكل الفنى المناسب للنص الصحفى والقالب المناسب منه مثلاً، اختيار شكل الحديث الصحفى، ثم نمط أو قالب الحديث الذى يضم الأسئلة والإجابات بالشكل التقليدى.

9- تحرير النص الصحفى.

10- المراجعة الشاملة للنص الصحفى لغوياً ومعلوماتياً وأسلوبياً (وقانونياً أحياناً)، واستكماله أو تعديله.

11- التقييم النهائى وتحديد أولوية النشر.

خطوات تحرير النص غير الاخبارى (المقال):

1- تحديد فكرة النص الصحفى.

2- جمع المعلومات اللازمة كخلفيات لهذا النص مكتوبة ومصورة ومرسومة.

3- جمع المعلومات الحالية أو الراهنة.

4- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى، أى نوعية المقال ونمطه الفنى (المقال الافتتاحى مثلاً أو اليوميات).

5- تحرير المقال.

6- المراجعة اللغوية والأسلوبية والمعلوماتية والقانونية (أحياناً).

7- الاستكمال واعادة الصياغة فى بعض الأحيان إلا بالنسبة لكبار الكتاب المتمرسين.

8- التقييم النهائى وتحديد أولوية النشر.

خلاصة الوحدة الأولى

تناولت هذه الوحدة مفهوم التحرير الصحفى كعملية اتصال جماهيرية متكاملة الأطراف ومستمرة (المحرر الصحفى، الرسالة بمضمونها الصحفى المتنوع وشكلها الصحفى المناسب، الجمهور القارئ، وسائل التقويم الصحفى).

كما ناقشت مفهوم التحرير الصحفى كخطوة من خطوات اصدار الصحيفة (جريدة أو مجلة) حسب دورية صدورها، وعملية التحرير الصحفى Editing التى تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية Writing، وأهداف هذه العملية، وما يحتاجه المحرر للقيام بها.

وعرضت للتحرير الصحفى كأحد فنون الكتابة النثرية الواقعية حيث يتم التمييز بين ثلاثة أنواع من النثر هى النثر العادى، النشر العلمى، النثر الفنى.

كما ناقشت أسلوب التحرير الصحفى، وعناصر الأسلوب بشكل عام، والأسلوب الصحفى على وجه الخصوص ومكوناته الأربعة (الصحة النحوية والصرفية، الصحة المنطقية، الصحة الأسلوبية العامة، الصحة الأسلوبية الخاصة)، ومستويات التعبير الصحفى (الاخبارى، التسجيلى، التفسيرى، الوصفى، المتأدب، العلمى، العام).

وانتهت الوحدة بعرض لجوانب التحرير الصحفى فى اطار خطوات اصدار صحيفة جديدة، ثم خطوات اصدار عدد معين من الصحيفة، وأخيراً خطوات تحرير النص الاخبارى، وخطوات تحرير النص غير الاخبارى (الحديث والتحقيق / المقال).

أسئلـة وتطبيقـات علـى الوحـدة الأولـي

1- حدد المقصود بالمفاهيم والمصطلحات التالية:

- الكتابة الصحفية.
- التحرير الصحفى.
- الكتابة النثرية الواقعية.
- الأسلوب.
- العدد الزيرو للصحيفة.

2- التحرير الصحفى كعملية فنية له أهداف، وهناك وسائل وعمليات تحريرية لتحقيق هذه الأهداف. ناقش هذه العبارة.

3- قارن بين المفاهيم التالية:

- النثر العلمى والنثر الفنى.
- الصحة الأسلوبية العامة والصحة الأسلوبية الخاصة.
- المستوى الصحفى التفسيرى والمستوى الصحفى الوصفى.
- خطوات اصدار الصحيفة لأول مرة وخطوات إصدار عدد من الصحيفة.

4- أكمل ما يلى:

يبدأ تحرير النص الاخبارى بـ............. ويشترك كل من تحرير الحديث والتحقيق وتحرير المقال فى الخطوة الأولى وهى......................

وهناك ثلاثة خطوات نهائية يجب أن تتم لكل من النص الاخبارى والحديث والتحقيق وهى................، ....، .... فى حين أن المقال ينتهى بثلاث خطوات هى ....، ....، .... إلى جانب أن هناك مجموعة معايير ينبغى أن يراعيها المحرر الصحفى عند كتابة مادته الصحفية بشكل عام (اخبارية وغير اخبارية) منها ....، ....، .... ، ....

انشطـــة يقـــوم بهـــا الـــدارس

1- حاول أن تقيم مدى التزام الصحيفة اليومية التى تحرص على مطالعتها باستمرار بمعايير كتابة النصوص الصحفية، واعطيها بناء على ذلك درجة من عشردرجات .

2- أنت بصدد الاشتراك مع مجموعة من المساهمين لانشاء شركة صحفية مساهمة لاصدار صحيفة أسبوعية، أعد دراسة تفصيلية حول الخطوات والإجراءات التى ستقوم بها لاصدار هذه الصحيفة.

3- اختر قصة اخبارية منشورة فى احدى الصحف، ومقالاً منشوراً أيضاً وحاول أن تحدد إلى أى مدى ألتزم كل منهما بمكونات الأسلوب الإعلامى بعامة وأسلوب التحرير الصحفى بخاصة.

مـراجـع الـوحـدة الأولـى

1- محمد كامل جمعة: "الأسلوب" مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة ط2، 1961.

2- اشرف محمد موسى: "الكتابة العربية الأدبية والعلمية"، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1978.

3- فاروق أبو زيد: "فن الكتابة الصحفية"، دار المأمون للطباعة والنشر، القاهرة، 1981.

4- محمود علم الدين: "الفن الصحفي في المجلة العامة" العربي للنشر والتوزيع، 1992.

5- محمود أدهم: الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام، القاهرة، د. ن، 1984.

6- Baskette, Floyd K. The Art of Editing , London, Macmillan Publishing Co., Inc., 3ed Edition, 1982.

7- Gay, Trevr, The Writing Process: A Behaviral Approach to Communication Information and Ideas , Belmont Company, 1972.

8- Harriss, Julian and Leiter, Kelly, The Complete Reporter, Fundamentals of News Gathering, Writing and Editing , 6th Edition, Macmillan Publishing Co., 1992.

الوحدة الثانية

السياسة التحريرية
والعوامل المؤثرة فيها

الوحدة الثانية

السياسة التحريرية

والعوامل المؤثرة فيها

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يشرح السياسة التحريرية للصحيفة موضحا العوامل المختلفة المؤثرة فيها.

2- يحلل السياسة التحريرية لمؤسسة إعلامية قد يلتحق للعمل بها.

3- يتعرف على كيفية استفادته من قسم المعلومات بصحيفته.

4- يحدد سمات قراء صحيفته.

5- يوظف أسلوبه الصحفى ليصبح أكثر مقروئية.

عناصر الوحدة:

1- السياسة التحريرية والعوامل المؤثرة فيها:

- المباشرة - الوسيطة - غير المباشر.

2- فهم وتحديد سمات قراء الصحيفة.

3- الأسلوب الصحفى المقروء.

4- نظام المعلومات الصحفية.

5- خلاصة.

6- أسئلة.

7- أنشطة.

8- مراجع.

لم يعد اتخاذ القرار التحريري في الجريدة اليومية الحديثة يتم من خلال قرار شخصي للمحرر المسئول أو وجهة نظر، أو تفكير حدسي تخميني تفرضه اللحظة بل أصبح يعتمد على عدة معايير أو قيم منطقية عملية وعلمية أو أسس متفق عليها، تشكل المتطلبات الأساسية التي يرتكز عليها التحرير الصحفي كعملية فنية صحيفة وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة وهي: السياسة التحريرية الواضحة والمحددة، والفهم الدقيق الواضح لسمات الجمهور أو قراء الصحيفة، والأسلوب الصحفي الذي يصل بسرعة وينفذ إلى القراء، والنظام الكفء والفعال للمعلومات الصحفية.

أولا : السياسة التحريرية الواضحة والمحددة:

لكل جريدة تصدر في العالم رؤية أو فلسفة تحكم عملها اليومي وتوجهه وتؤثر عليه، وهذه الرؤية ليست جزئية بل شاملة، فهي ليست مجرد رؤية سياسية تحدد موقف الجريدة وانتمائها السياسي: هل هو ليبرالي، أم اشتراكي، بل أنها تحدد موقف الجريدة الأساسي ورؤيتها أو أسلوبها أو مدرستها الصحفية: هل هي صحيفة وقورة للصفوة، أم هي صحيفة شعبية تركز على فئات سنية ومهنية معينة، أم هي صحيفة معتدلة؟ وما هو أسلوبها في التغطية الصحفية الاخبارية: هل تميل إلى التغطية التقليدية المباشرة أم إلى التغطية التفسيرية، أم إلى التغطية الاستقصائية، وهل تفتح صفحاتها كمنبر لكل التيارات الفكرية أم تميل لتفتحها فقط أمام تيار فكري واحد أو عدة تيارات فقط؟، هل تركز فقط على اعطاء القارئ ما يريد أم ما ينبغي أن يأخذ؟ هل تركز على الخدمة الصحفية البسيطة؟ أم تهدف إلى ترقيته فكريا وثقافيا ، هل توظف الأسلوب الإخراجي الرأسي والوحدات المتداخلة أم تميل إلى الإخراج الأفقي والكتل المستطيلة؟

ويشكل ما سبق بعض جوانب رؤية الصحيفة أو منهجها الصحفي الذي يتركز فيما بعد ويتبلور فيما يعرف بالسياسة التحريرية Editorial Policy، ويؤثر في أسلوب اتخاذ القرار الصحفي التحريري، وذلك لأنها تجيب دائماً عن سؤالين رئيسيين في العمل الصحفي اليومي: ماذا أنشر؟ وكيف أنشر؟

ويمكن في ضوء ما سبق القول بأن:

السياسة التحريرية: هى مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التى تتحكم فى الأسلوب أو الطريقة التى يقدم بها المضمون الصحفى، وتكون فى الغالب غير مكتوبة، بل مفهومه ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريرى، وتظهر فى سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفى اليومى وهى تخضع لقدر من المرونة تختلف درجته من صحيفة لأخرى ومن موقف لآخر، ومن فترة لفترة أخرى داخل الصحيفة نفسها.

والسياسة التحريرية تطرح عدة بدائل: فقد تهتم بالعرض المشوق وتغطية الجريمة والرياضة والموضوعات الانسانية والطريفة أو تسعى لتقديم مضمون ذى مستوى رفيع فتهتم بالتغطية الاخبارية العميقة والمتوازنة والموضوعات التى تقدم معلومات متعمقة والمقالات المفسرة أو تسعى أساسا للدفاع عن مبدأ سياسى أو اتجاه حزبى معين.

وتؤثر على السياسة التحريرية مجموعة ضخمة ومتشابكة من العوامل بعضها يتصل بالصحيفة والمؤسسة الصحفية من الداخل، والبعض الآخر يرتبط بالنظام الإعلامى والصحفى السائد، والبعض الثالث يتأثر بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة، ونطرح فيما يلى العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية للصحيفة.

أ – العوامل المباشرة المؤثرة على السياسة التحريرية:

1- **الايديولوجية أو المبادىء التى تلتزم بها الصحيفة وتدافع عنها:** ويقصد بالأيديولوجية نظام الأفكار المتداخلة التى تؤمن بها جماعة معينة أو مجتمع ما وتعكس مصالحها واهتماماتها الاجتماعية والأخلاقية والدينية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وتقوم الأيديولوجيات بمهمة التبريرات المنطقية والفلسفية للاتجاهات.

2- **ظروف العمل الصحفى وطبيعته وأهمها:** ظروف المساحة المحدودة وضغط الوقت كعنصرين حاكمين للعمل الصحفى إذ أن كم المواد الصحفية المعدة للنشر فى كل عدد من الصحيفة يكون عادة كبيراً بالقياس للمساحة التى تخص المادة التحريرية بعد حجز الأماكن الخاصة بالمادة الإعلانية، ومن ثم فلابد من احترام هذه المساحة بمعنى أن يكون معيار النشر هو الأهمية النسبية لكل مادة صحفية وتقرير المساحة المخصصة لكل مادة بما يتناسب مع قيمتها الفعلية، كما أن هذه المواد الصحفية رغم كل الجهد المبذول فى جمعها وتحريرها واخراجها تصبح سلعة بائرة فى اليوم التالى ولا يمكن نشرها إذا تقادم الحدث وذلك لأن الآخرين من الصحف المنافسة لن يتركوها دون معالجة أو تغطية.

3- **الجوانب الاقتصادية:** فمن المشاكل التى تواجه الصحافة الفجوة التى تظهر فى كثير من الحالات بين التكلفة الكلية للنشاط الصحفي وبين الدخل الذى يتحقق من التوزيع والإعلان وهما المصادر الأساسية لتمويل الصحافة.

وتزداد حدة هذه المشكلة مع ضخامة الموارد المالية والاستثمارات التى تحتاجها الصحافة ليصبح فى مقدورها أداء عملها بالفاعلية المطلوبة ومع التطور التكنولوچى المعاصر للصحافة وما يحتاجه من استثمارات ضخمة والحاجة المستمرة لتجديد أساليب الإنتاج والتوزيع وتطويرها.

وهناك عوامل عديدة تتحكم فى السياسات الاقتصادية لوسائل الاتصال الجماهيرية ومن بينها الصحافة منها:

1- السياسات المالية للحكومة وتسعيرها للخدمات التى تستعين بها الصحافة أثناء أداء عملها، ويتوقف ذلك فى جانب منه على نظرة الحكومات لوظيفة الصحافة وهل هى مجرد مشروع تجارى وصناعى عادى أم مشروع له أغراض اجتماعية وثقافية إلي جانب أغراضه الاقتصادية.

2- الضرائب التى قد ترى الحكومة أن تفرضها على نشاط الصحافة أو الإعفاءات الضريبية التى قد ترى الحكومة أن تقدمها للصحافة، تلك الإعفاءات الضريبية التى قد لا تتمتع بها الصناعات الأخرى، كما قد تقدم لها تعريفات جمركية وبريدية وهاتفية مخفضة.

3- المساعدات المالية التى قد تقدمها الحكومات للصحافة كأن تمنحها قروضا ميسرة وتوفر لها الضمانات مقابل قيامها بشراء معداتها أو تمدها بالإعانات المالية المباشرة أو تشترى بعض منتجاتها أو خدماتها، وفى البلاد التى تقوم على نظام تعدد الأحزاب قد تقدم الحكومات فى بعض الأحيان منحاً مالية لكل الأحزاب على أن يخصص جزء منها لدعم الصحافة الحزبية ولكن قبول مثل هذه المساعدات الرسمية ينبغى أن يؤخذ بحذر نظراً لأنه قد يضر بالاستقلال المطلوب فى سياستها التحريرية، وان كان البعض يرى أنه طالما أن هذه المساعدات تتم طبقا للقانون ووفق معايير عامة فلا مجال للتخوف منها.

4- الإعلان إذ يعتبر مصدراً رئيسياً لتمويل الصحف خاصة تلك المملوكة ملكية خاصة، وهو ضرورى لتغطية نفقات الإنتاج ومواجهة متطلبات التجديد والابتكار، ولكنه قد يشكل أحياناً ضغوطاً على الصحافة، وان كان البعض يرى امكانية تجنب ذلك من خلال تعدد الاتجاهات فى هذه الصحف واخضاع الإعلان لمعايير أخلاقية.

5- مدى قبول أو عدم قبول المساعدة الخارجية فى مجال الصحافة **والتى قد تفيد فى الجوانب التالية:**

(أ) مساعدة الصحف فى دعم بنيتها الأساسية ودعم تجهيزاتها ومعداتها.

(ب) مواجهة ندرة موارد رأس المال.

(جـ) الاستثمارات فى مجال التكنولوجيا.

6- نمط الملكية الصحفية وهناك ثلاثة أشكال رئيسية لملكية وسائل الاتصال الجماهيرى ومن بينها الصحافة هى:

(أ) ملكية الدولة لها ملكية مباشرة.

(ب) الملكية الفردية الخاصة.

(جـ) نمط ثالث بديل يسعى لتأكيد درجة من الاستقلال للصحافة فى عملها وهو نمط الشركات العامة المستقلة إلى جانب الشركات التعاونية التى تعمل بشكل اقتصادى.

وتختلف أنماط ملكية الصحف من بلد لآخر باختلاف النظم السياسية والاقتصادية وان كانت معظم النظم السياسية والاقتصادية تتبع أكثر من نمط من أنماط الملكية معا ، فالشائع إذاً هو وجود ملكية مختلطة.

وإذا كانت السيطرة المباشرة للحكومة على الصحف قد تجنبها مخاطر النزعات التجارية والسعى وراء الربح فقط، إلا أن الصحف الخاضعة لإشراف حكومى مباشر أثبتت فى كثير من الأحيان قصورها عن الوفاء بحاجة الجماهير إلى القدر الكافى من المعلومات والتنوع المطلوب فى مصادرها على الرغم من أن المفترض نظرياً أن تعبر الحكومات عن إرادة الشعوب.

وفى المقابل يرى البعض أن الملكية الخاصة للصحف لا تمنع فى كل الأحوال الصحافة من التعبير عن مشاكل الشعب، وابراز الاختلافات الحقيقية الموجودة فى المجتمع فى إطار الالتزام بالروح الوطنية.

والاتجاه السائد فى ملكية الصحف فى معظم دول العالم هو الملكية الخاصة باستثناء بعض الدول الأفريقية والآسيوية وكوبا.

وتوجد فى كل دول العالم تقريبا صحف خاصة ولكنها غير تجارية تملكها وتديرها أحزاب سياسية أو مؤسسات غير حكومية.

ويلاحظ - بشكل عام - أن الدول تنظر لتركيز ملكية وسائل الاتصال ومن بينها الصحافة على أنه أمر ينبغي تجنبه نظراً لآثاره الاجتماعية السيئة إذ أنه يقلل من

فرصة تعدد مصادر المعلومات والآراء، كما قد يحول دون حرية الإعلام وتقليل فرصة العمل المتاحة للمهنيين، ويجعل من المجموعة المالكة المسيطرة قوة خطرة لاسيما إذا ما استخدمت هذه الوسائل بشكل غير مسئول وقد يؤدى أيضاً إلى صب الجمهور فى قوالب جامدة.

وهناك أسباب متعددة قد تؤدى إلى تركيز الملكية والاحتكارات سواء العامة أو الخاصة كالضغط الاقتصادى الذى ترتب على الحاجة الملحة لإدخال تكنولوجيات جديدة ومتطورة فى مجال الصحافة وظروف المنافسة على مصادر الدخل كالإعلان والتوزيع وارتفاع تكاليف الإنتاج والافتقار إلى مصادر تمويل جديدة، والمنافسة بين وسائل الاتصال إلى جانب ما قد يوجد من قصور إدارى إلى جانب التضخم العام.

كما قد يحظر التشريع تملك الدول الأجنبية أو المصالح الأجنبية للصحف الوطنية ادراكاً للوضع الحساس لها ومن ثم الخوف من خضوعها للسيطرة الأجنبية الخارجية.

4- **تكنولوجيا الصحافة:** تلعب تكنولوجيا إنتاج الصحيفة دوراً مهماً فى عملية الاصدار بعامة، وتؤثر على درجة نجاحها التحريرى، وتزداد أهميتها هذه الأيام نظرا للتطور التكنولوجى الضخم الذى تشهده الصحافة والذى يحمل توقعات مذهلة فى المستقبل سيكون لها تأثيرها البعيد، وإذا كانت هذه الثورة التكنولوجية تحمل فرصاً كبيرة إلا أن هذه الفرص ليست متكافئة، وليست متاحة لكل الدول أو حتى فى داخل كل دولة بالقدر نفسه لأسباب سياسية-واقتصادية، وقد يكون لهذه التكنولوجيا آثار سلبية أو سيئة اجتماعياً وثقافياً إلى جانب آثارها الايجابية، ومن هنا ينبغى أن تكون هناك سياسة واضحة لإدخال التكنولوجيا ونقلها مراعية ظروف كل بلد وامكانياته واحتياجاته وأولوياته.

وهناك بعض الاعتبارات قد يكون من المفيد مراعاتها عند نقل تكنولوجيا الصحافة أو الاستعانة بها وأهمها:

1– أن تناسب هذه التكنولوجيا ظروف الدول النامية واحتياجاتها التنموية.

2- استخدام التكنولوچيات البسيطة أو الوسيطة إذ قد يؤدى استخدام التكنولوچيات المتقدمة ومعظمها يتسم بكثافة رأس المال وقلة العمالة إلى خلل اجتماعى وتباين بين مشاركة مختلف فئات الشعب فى الاتصال إلا أن هذه المسألة نسبية.

3- محاولة الاعتماد على الذات فى تصميم وإنتاج واستخدام التكنولوچيات فى هذا المجال.

4- السعى لتحقيق الفائدة القصوى من التكنولوچيات فى أقل وقت ممكن وذلك بتحديد المشاكل التى يحتاج حلها استخدام التكنولوچيات كخطوة أولى قبل تخصيص استثمارات لها أو قبول برامج المساعدة الخارجية فى هذا المجال.

5- اختيار التكنولوچيا غير المكلفة، والتى تحقق فى الوقت نفسه الأهداف والأغراض المرجو تحقيقها.

6- زيادة الاعتمادات المخصصة لتشجيع بحوث تطويع التكنولوچيا ودعمها.

5- **الجهاز التحريرى:** ويشمل رئيس التحرير ومدير أو مديرى التحرير ونواب رئيس التحرير ورؤساء الأقسام والمحررين والمندوبين، ومهمة الجهاز التحريرى هى جمع واعداد كل مادة صحفية تطبع فى الصحيفة ويضم الذين يجمعون الأخبار والذين يعيدون كتابة هذه الأخبار أو يراجعون ما ليس فى حاجة إلى إعادة كتابته والذين يرسلون الأخبار من الخارج والذين يتلقونها ويعدونها للنشر، والذين يخططون وينفذون ويكتبون ويحررون الموضوعات الصحفية، ويتولى الجهاز التحريرى تزويد الجهاز الفنى للصحيفة بأصول المواد التحريرية.

ويتوقف على الطريقة التى يدار بها عمل الجهاز التحريرى نجاح الصحيفة ومن هنا فلابد من التعاون والتفاهم بين الأقسام المختلفة كى يتحقق للصحيفة عنصر التجانس والتنسيق الذى يتم من خلال اجتماعات متعددة ويتصل بالجهاز التحريرى مجموعة عوامل تؤثر بشكل أو بآخر فى السياسة التحريرية منها:

1- المعايير التى تحكم اختيار أفراد الجهاز التحريرى؛ هل يتم اختيارهم وفقا لكفاءاتهم المهنية فقط أم بناء على الثقة السياسية فيهم أو يشترط أن يكونوا من بين الكوادر الحزبية، هل يشترط انتماءهم لنقابة مهنية أو الحصول على ترخيص أو إذن بالعمل من جهة ما إدارية أو سياسية.

2- ظروف تنشئتهم الاجتماعية وثقافاتهم وانتماءاتهم الاجتماعية والسياسية.

3- تأهيلهم وتدريبهم الأمر الذى ينعكس على ما يتمتعون به من مهارات اتصالية وصحفية.

4- ظروفهم الاقتصادية والاجتماعية.

6- **طبيعة عملية حراسة البوابة:** تقوم فكرة حراسة البوابة على أن المادة الصحفية تمر حتى تصل إلى الجمهور على نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج وأنه كلما طالت المراحل التى تقطعها هذه المادة حتى تظهر فى الصحيفة زادت المواقع التى يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت ستنقل كما هى أم بعد إدخال بعض التغييرات عليها.

وهناك مجموعة من العوامل تتحكم فى اتخاذ قرارات النشر يتحدد بناء عليها المسموح وغير المسموح به من كافة النواحى السياسية والقانونية والأخلاقية والاجتماعية، فضلاً عن وجود مجموعة من المعايير يتم وفقا لها انتقاء المادة الصحفية **ومن هذه المعايير على سبيل المثال:**

1- المعايير الخاصة باختيار الأنباء ونقلها والتى تتمثل فى القيم الاخبارية المتعارف عليها، وهذه القيم صارت مثار نقاش وجدل طويل فى السنوات الأخيرة، إذ يطالب البعض بضرورة إعادة تقييم هذه المعايير التقليدية حتى يصبح فى الامكان تقديم صورة أصدق وأشمل للأحداث والتحركات والاتجاهات فى كل من البلاد المتقدمة والنامية.

2- المعايير الخاصة بالتعبير عن احتياجات جميع فئات السكان ووجهات نظرها وبالذات الفئات المحرومة أو المهملة (النساء، الأطفال، الشباب، المسنون، المعوقون ....) وسكان الريف والمناطق النائية إذ أن المطروح حالياً هو أن وسائل الاتصال ومن بينها الصحافة تركز على فئات معينة وتهمل فئات أخرى أما لأسباب عرقية أو لغوية أو دينية أو سياسية.

3- المعايير الخاصة بالمادة الصحفية التى تأتى من مصادر أجنبية ومدى التوازن بينها وبين المادة الصحفية الوطنية حرصاً على أن تعزز هذه المادة الذاتية الثقافية والثقافات الوطنية دون أن يعنى ذلك إغلاق الأبواب أمام الثقافات الأخرى والحرص على متابعة الحركة الفكرية العالمية فى جو من الحرية دون أن يعنى ذلك التبعية أو تشويه النماذج الثقافية الوطنية.

من هنا فلابد للسياسة التحريرية أن تتخذ مجموعة من القرارات خاصة تلك التى تتعلق ببعض المبادئ التى تؤثر فيما بعد على العمل التحريرى:

(أ) تعمد إغفال أو عدم إغفال نشر بعض الأخبار أو المعلومات أو الآراء.

(ب) النقد والتعريض بالسلوكيات السيئة.

(جـ) حماية سرية مصادر المعلومات.

(د) الفصل بين الخبر والتعليق.

(هـ) تحديد المساحة التى تخصص للمادة الإعلانية.

(و) إعادة النظر فى التعاريف الضيقة للخبر والاعتبارات التى تحكم ما ينبغى نشره وأية قضايا يجوز مناقشتها.

(ز) القيم المطلوب التركيز عليها والقيم غير المرغوب فيها أو المطلوب التصدى لها.

7- **جمهور الصحيفة:** ويمكن تحديد علاقته الفعلية بالسياسة التحريرية من خلال مستويين أو جانبين الجانب الأول هو تحديد الجمهور الفعلى الذى يقرأ الصحيفة بالفعل والجمهور المستهدف الذى تخطط الصحيفة للوصول إليه ليصبح جمهورا فعليا ومعرفة سماته وخصائصه الجنسية والعمرية والسيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية واهتماماته، والجانب الثانى يتعلق بما يريده الجمهور وما يحتاج إليه، وهل تسعى السياسة التحريرية إلى الاكتفاء بتلبية رغبات الجمهور أم تهدف إلى الموازنة بين ما يرغب فيه وما يحتاجه بالفعل؟

ب- العوامل الوسيطة المؤثرة على السياسة التحريرية:

1- الفلسفة العامة للاتصال فى المجتمع أى مجموعة المعايير التى تحكم السلوك الاتصالى تبعا لسمات المجتمع وحاجته، وتجيب هذه الفلسفة **على التساؤلات التالية:**

1/1- هل يهدف الاتصال إلى الربح أم إلى إحداث تغييرات فى الاتجاهات أو السلوك أم أنه يهدف إلى كليهما؟

2/1- الوظائف المطلوبة وأولوياتها (الإعلام، التثقيف، الحوار، والنقاش والتنشئة الاجتماعية، والإعلان، الترفيه، التكامل، ويمكن تحديد الوظائف التى تصلح للمجتمعات النامية **على النحو التالى:**

1/2/1- تغطية الأحداث بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقى، على أن تقدم فى الوقت نفسه دائرة واسعة من المعارف.

2/2/1- طرح كافة الآراء دون الاقتصار على طرح الأفكار والآراء التى يراها القائمون على وسائل الاتصال أو أى فئة أخرى مسيطرة على وسائل الاتصال سياسية أو اقتصادية أو غيرها على حساب دعم التفكير المستقل وخلق القدرة على التمييز والتقييم لدى الجمهور.

3/2/1- أن تكون وسيطا رئيسيا وفاعلا بين الحكام والمحكومين بحيث تنقل سياسات الحكومة للشعوب من جهة وتنقل استجابات وردود أفعال الشعوب لسياسات الحكومة من جهة أخرى على أن يتم ذلك بأسلوب نقدى.

4/2/1- الاسهام فى حث الجماهير على المشاركة فى إدارة مجتمعاتها وتنمية ادراكها السياسى بما يمكنها من الاسهام فى اتخاذ القرارات ومساعدة الفرد على تقدير مسئوليته ودوره كعنصر فى المجتمع.

5/2/1- الاسهام فى دعم قضايا التنمية الشاملة للمجتمع واغراضها فى كافة المجالات (الزراعة، الصحة، التثقيف، الأمية، تنظيم الأسرة .....) والاسهام فى تدريب الفنيين وغيرهم من خبراء التنمية.

6/2/1- التأكيد على الهوية الثقافية للمجتمع وتدعيمها والسعى لحماية للقيم الثقافية المقبولة أو المرغوب فيها.

7/2/1- دعم الشعور بالانتماء إلى الوطن، وان تكون الصحافة أداة للتكامل القومى، ودعم الوحدة الإقليمية فى إطار منطقة جغرافية أو سياسية.

8/2/1- الربط بين الماضى والحاضر بحيث تحافظ على الاصالة فى الوقت الذى تدعو فيه للمعاصرة.

9/2/1- التعبير عن هموم الجماهير وأماله.

10/2/1- الإسهام فى الدفاع عن القضايا العادلة للشعوب التى تناضل من أجل حريتها واستقلالها وعن حقها فى الحياة فى سلام وعلى قدم المساواة مع غيرها من الدول دون تدخل من أى قوى خارجية.

11/2/1- الإسهام فى دعم السلام والتفاهم الدولى وتعزيز حقوق الإنسان ومكافحة التفرقة والتحريض على الحرب، إلا أن هذه الوظائف تختلف بل أحيانا تتناقض مع اختلاف البيئات والظروف فى كل مجتمع فقد تتحول عملية

تغطية الأحداث إلى عملية نشر لأنصاف الحقائق أو الافتراءات وقد تتقلب وظيفة التعليق والمناقشة والنقد إلى محاولات للتحايل والدعاية.

3/1- هل يهدف الاتصال لمجرد التغطية الاخبارية الخاطفة أم إلى تقديم التعليقات والخلفيات والتفسيرات التى توضح الأخبار وتفسرها وتضعها فى اطارها الشامل؟

4/1- هل يهدف الاتصال إلى تقديم الآراء الجاهزة وفرض القناعات والاعتقادات أم إلى تقديم المعلومات والخلفيات ووجهات النظر التى تمكن المواطن من تكوين وجهة نظره ورؤيته الخاصة؟

5/1- هل يهدف الاتصال إلى تلبية احتياجات كافة فئات الجمهور؟ أم تسيطر عليه فئة معينة (سياسية - دينية - عرقية .....) لخدمة مصالحها وأغراضها دون النظر لاحتياجات الفئات الأخرى؟

6/1- ما هو النموذج الاتصالى المتبع (أفقى أم رأسى) وما مدى اهتمامه برجع الصدى؟

7/1- ما هو مدى الاهتمام بالحق فى الاتصال ومشاركة الجمهور فيه؟

2- القيود المفروضة على الصحف وحجم الحرية المتاحة لها سواء أكانت هذه القيود مباشرة (وجود رقيب مقيم فى الصحيفة) أو كانت غير مباشرة مثل اصدار تعليمات حكومية عن كيفية معالجة بعض الموضوعات المتصلة بأحداث أو قضايا معينة أو وضع قائمة ببعض الوقائع أو المعلومات المحظور نشرها، ممارسة بعض أشكال الارهاب ضد الصحفيين كالتهديد والعنف ومعاقبة الصحفيين الذين لا يلتزمون بالتوجيهات أو التعليمات، طرد أفراد من العاملين فى الصحافة أو حرمانهم من فرص النشر، فرض تأمين نقدى ضخم على إصدار الصحف أو تقييد إصدار الصحف، فرض قيود على حرية استقاء المعلومات، رقابة رئيس التحرير، اجازة إنذار الصحف أو وقفها أو إلغائها بالطريق الإدارى.

3- معايير السلوك المهنى ومواثيق أخلاقيات المهنة وهذه المواثيق قد تكون إجبارية (ألزامية) تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير للسلوك المهنى أو ينتهكونها تتمثل فى هذا الاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف المؤقت عن مزاولة المهنة، وقد تكون اختيارية تقوم على أساس رغبة وإرادة من العاملين فى المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل وتهدف هذه المواثيق بشكل عام إلى:

(أ) حماية الجمهور من الاستخدام غير المسئول أحيانا للصحافة.

(ب) حماية الصحفيين من التعرض لأى ضغوط ضد ما تمليه عليه ضمائرهم.

(جـ) التأكيد على حق الصحفيين فى الحصول على المعلومات.

جـ- العوامل غير المباشرة التى تؤثر على السياسة التحريرية:

1- الظروف العامة السائدة فى البلاد سياسياً اقتصادياً واجتماعياً.

2- السياسة العامة للدولة.

ثانيا: *الفهم والتحديد لسمات قراء الصحيفة*:

ولا يتم ذلك إلا من خلال التعرف المستمر والمنظم على جمهور الصحيفة من خلال عدة وسائل مثل تحليل بريد القراء واتصالاتهم التليفونية واللقاءات المستمرة مع الجمهور، وكذلك بحوث القارئية أو دراسات القراء أو بحوث قراء الصحف، التى تعد أكثر الوسائل دقة فى فهم وتحديد سمات القراء وأهم ما تزود به بحوث القارئية، أو دراسات القراء هو تحديد: من يقرأ الجريدة؟ وما سماته؟ وما عاداته فى القراءة؟ وما تقديراته؟ وما المواد التى يفضلها؟ والتى لا يفضلها؟ وما رأيه ككل فى الجريدة؟ وهذا متطلب مهم وحيوى يفيد المحرر الصحفى فى توجيه رسالته الاتصالية بالأسلوب المناسب لقارئه.

ثالثا : الأسلـوب الصحـفى المقـروء:

ويتم ذلك من خلال اتباع قواعد الأسلوب الصحفي بعامة وتوظيف بحوث المقروئية، وصيغها أو مقاييسها المختلفة من آن لآخر، وكذلك بالاستفادة من كتب وأدلة ووريقات الأسلوب فى توجيه الأسلوب الصحفى بحيث يبدو متسقا بين صفحات العدد الواحد من الجريدة وبين إعدادها المختلفة.

وبحوث المقروئية هى تلك البحوث التى تقيس مقروئية Readability مادة صحفية معينة أو فقرة، بمعنى مدى نفاذ كلمات الرسالة الإعلامية إلى عقل المستقبل بسرعة وسهولة مع القدرة على تذكر محتواها إذا دعت الضرورة، وذلك من خلال قياس بعض الأشياء التى تجعل القراءة والاستيعاب والفهم صعبا، أو مدى سهولة أو صعوبة العناصر التى تجعل المادة المطبوعة سهلة للقراءة والفهم، ويدخل فى ذلك أسلوب الكتابة والتحرير واللغة المستخدمة، من خلال معايير أو مقاييس أو صيغ موضوعة ومختبره ومستقر عليها.

والكتابة المقروءة Readable Writing هى الكتابة ذات المعنى سهل الاستيعاب والمفهومة للقارئ المتوسط وهى وظيفة التحرير الصحفى من خلال المراجعة وصقل اللغة والتبسيط وكتابة العناوين الرئيسية والفرعية وتزويدها بالصور والرسوم، ووضعها فى الحيز المناسب من الصفحة.

صيغ المقروئية ومقاييسها:

يعود الاهتمام بوضع صيغ أو مقاييس يمكن من خلالها تحديد مقروئية المادة المكتوبة إلى أكثر من قرن، فنجد Boss Clark رئيس تحرير جريدة New York Sun يقول فى سبعينات القرن الماضى – وهو فى ذلك يعبر عن آراء عشرات من زملائه رؤساء التحرير والمحررين – فى وصفه للمقروئية مخاطبا محرريه: "استعملوا كلمات وجمل بسيطة، وتذكروا أنكم تكتبون وتحررون للناس".

ثم تأتي الصيغ أو المقاييس الحديثة للمقروئية لكي تدور في الإطار نفسه، وتعمق مقولة Boss Clark، وتدرس كل العناصر التي تجعل الكتابة مقروءة معزولة من بعضها، وزودت بعدة صيغ أو مقاييس، ليست صيغا للكتابة ولكنها مجرد أداة أو مرشد أو معيار قد يستعمل في عمليات التحرير لتطوير الكتابة ولمراجعتها أسلوبيا وصقلها، ويمكن تتبع تطور هذه الصيغ من خلال جهود عدد من الخبراء والباحثين في هذا المجال.

كتب ووريقات وأدلة الأسلوب Style books, Sheets and Guides:

الكتابة الصحفية عملية استعمال للغة في أسلوب يمكن للمحرر الصحفي أو الكاتب أن يوصل من خلاله فهمه لحدث أو قصة إلى الجمهور، ووظيفة المحرر الصحفي خاصة في مجال الكتابة الإخبارية أن يعبر عن المعنى ولا يعطي انطباعه الشخصي، وأساس حرفة الكتابة الصحفية هو الاستخدام الصحيح لقواعد اللغة في وضوح، وهذا يتطلب الاتساق والوحدة في الأسلوب الذي تكتب به قصة خبرية ما، وبين صفحات الجريدة وأقسامها وبين نسخ الجريدة المختلفة، من عدد لآخر وهذا الاتساق وتلك الوحدة يتم الوصول إليها من خلال قواعد موحدة للأسلوب، بحيث يستطيع القارىء التركيز على المحتوى، وليس الفروق الطفيفة في المعنى، كما تزود هذه القواعد بتوجيه في مجالات تثير الاضطراب كقواعد اللغة وعلامات الترقيم والاختصارات.

وهذا التوحيد للقواعد الخاصة بالأسلوب التي تدعم الاتساق والوحدة في أسلوب الجريدة، يتم تحقيقه من خلال كتب وورقات وأدلة أسلوب عديدة سنت القواعد ووضعت خطوط التوجيه **في مجالات مهمة مثل:**

- استعمال الحروف الكبيرة Capitalization.
- الاختصارات Abbreviations.
- علامات الترقيم Punctuation.

- الهجاء Spelling.
- الاعداد Numbers.

وأبرز ما دعا إلى استخدام كتب ووريقات وأدلة الأساليب هو:

أولاً: الحاجة إلى أسلوب موحد للغة، خاصة فى بعض الكلمات التى يكثر عدد مترادفاتها ومعانيها المتشابهة، مما يعطى مظهراً موحداً للجريدة، ويوفر على القراء عملية تخمين أى هذه الكلمات هى الأصح.

ثانياً: الحاجة للحفاظ على المساحة، من خلال استعمال الكلمات المحددة الصحيحة المعبرة المختصرة.

ثالثاً: الحاجة لتوفير الوقت، الذى قد يضيعه المحرر فى تقدير أى الكلمات أو العبارات أو الأرقام أو الاختصارات هى الأصح.

رابعاً: اعطاء صورة واضحة محددة عن أسلوب الجريدة الموحد للقادمين الجدد من المحررين.

وكالات الأنباء وكتب الأساليب:

قامت وكالتا الاسوشيتدبرس واليونايتدبرس انترناشيونال منذ أواخر الخمسينات من القرن الماضى بتطوير أسلوب كتابة موحد ومتسق وشائع من خلال كتابين للأسلوب Style book، وأجبرتا مئات الجرائد - التى تتعامل مع الوكالتين - على التمسك بقواعد الأسلوب التى تضمنها كل من هذين الكتابين، وقد حدث نفور فى البداية من جانب الجرائد ولكنها بعد فترة أصبحت المرجع الأسلوبى المهم فى هذه الجرائد، بل وفى عشرات من مدارس وكليات الصحافة.

وفى أواخر السبعينات من نفس القرن تم تحديث أدلة الأساليب هذه Style manuals بشكل جماعى، فقد أثيرت قضايا وحاجات جديدة دعت إلى مراجعات إضافية، وفى عام 1977 وبعد جهد عامين، نشرت كل من الوكالتين كتباً أسلوبية

جديدة بشكل كامل ومنظم واستقبل رؤساء التحرير الطبعات المنقحة من كتابى الأساليب هذين بترحاب شديد.

وكانت المحتويات النمطية لكتب الأسلوب عند الوكالتين هي:

أولاً: الحروف الكبيرة والصغيرة Capital and lower cases

ثانياً: الاختصارات Abbreviations

ثالثاً: علامات الترقيم Punctuation

رابعاً: الأعداد Numbers

خامساً: الهجاء Spelling

ولكن طبعتى عام 1977 تضمنتا تعديلات جيدة، فقد تم توسيعها بشكل كبير وتم عمل مداخل أبجدية جعلت الكتابين مرجعين قيمين، بحيث شملتا على سبيل المثال ولأول مرة الهجاء الصحيح لمئات من أسماء الشركات، معلومات عن المعتقدات الدينية، إلى جانب قواعد النحو واستعمال الحروف الكبيرة والصغيرة والاختصارات والاقتباس المباشر وجمع الأسماء.

ويتميز كتاب أسلوب وكالة اسوشيتدبرس باحتوائه على قسم مفيد فى الجوانب القانونية.

وهكذا يؤدى كتابا الأسلوب بالوكالتين دورهما الذى يتلخص في: "عمل قواعد واضحة وبسيطة مع السماح باستثناءات قليلة عن القواعد، والاعتماد بشكل كبير على قاموس مختار يتحكم فى المنازعات" ولكن هذين الكتابين مازالا - على الرغم من ذلك- موضع خلاف بين الكتاب والنقاد.

وبينما تعتمد مئات الجرائد على كتابى الأسلوب الخاصين بوكالتى الاسوشيتدبرس واليونايتدبرس انترناشيونال، نجد جرائد عديدة تطور كتبا أو ورقات أو أدلة أسلوب خاصة بها.

ومما قد تتضمنه كتب الأسلوب:

- استعمال الحروف الكبيرة.
- الاختصارات.
- الالقاب والاشارات للأشخاص.
- علامات الترقيم **وتشمل:**
  - النقطة أوعلامة الوقف التام.
  - الفاصلة، الشولة.
  - الفاصلة المنقوطة.
  - النقطتان: علامة التنصيص.
  - القوسان ( ).
  - علامة التعجب !.
  - علامات الاقتباس.
  - الشَرطة.
- الهجاء.
- الواصلة.
- الأرقام.

- مصدر القصة وأسماء المحررين.
- المحاكم.
- سياسات التحرير التى تتعلق ببعض جوانب المضمون (كالجريمة مثلاً).

ولمعظم الجرائد الأصغر وجرائد المدن الصغيرة، كتاب أسلوب من نوع معين خاص بها، ولجرائد عديدة أصغر وريقات أسلوب ملحقة بهاStyle sheets تتعامل مع الأسلوب المحلى وتعتمد على أساليب أو كتب وكالات الأنباء كدليل عام لها.

إلى جانب ذلك هناك أيضا مجموعة من كتب الأسلوب العامة التى تستخدم بشكل كبير فى صالات التحرير، كدليل عام للأسلوب وبوجه خاص الأسلوب الصحفى.

رابعا: نظام كفء للمعلومات الصحفية:

المعلومات هى عصب العملية الصحفية بعامة والعملية التحريرية على وجه الخصوص، فهى المادة الخام التى يسعى المحرر الصحفى لجمعها واستكمالها ومراجعتها وتنقيحها وصياغتها، ثم عرضها على المحرر المسئول لكى يقرر صلاحيتها للنشر.

ولكى نفهم مصطلح المعلومات Information ينبغى أن نفرق بينه وبين عدة مفاهيم ومصطلحات أخرى تختلط به وتشكل أيضا المواد الخام للعمل والفكر الصحفى وهى مصطلحات: الحقيقة Fact، والبيانات Data، ثم المعرفة Knowledge والعلم Science، ثم أخيراً الاتصال Communication والإعلام Information، والصحافة Journalism فالحقيقة Fact هى شيء تبين صدقه عن طريق الملاحظة بقدر ما تسمح به القدرة الانسانية، وكل مجموعة مختارة من الحقائق تشكل ما يعرف عادة بالبيانات أو المعطيات Data التى يمكن استخلاص نتائج منها.

والبيانات أو المعطيات Data هى الجمع لكلمة Datum التى تعنى حقيقة معينة أو بيان معين، وقد تكون مجموعة من الأرقام أو الكلمات أو الرموز أو الحقائق أو

الإحصاءات الخام التى لا علاقة بين بعضها البعض، ولا تعطى أى معنى بمفردها، ولم تفسر أو تستخدم بعد، أى ليس لها معنى حقيقى ولا تؤثر فى رد فعل أو سلوك من يستعملها، إلا أنها مجموعة من الحقائق أو الرسائل أو الإشارات غير المنتظمة أو غير المنظمة أو غير المعالجة أو غير المفسرة.

وهذه الحقائق أو المشاهدات أو الرموز أو القياسات التى قد تأخذ صورة أرقام أو حروف أو رموز أو أى أشكال خاصة، لا معنى لها بمفردها مثل: تاريخ ميلاد، رقم معين، تصريح مقتضب، صفة إنسانية، أى أنها مواد خام غير مرتبة أو مقيمة أو مفسرة أو غير معدة للاستخدام، ولكنها إذا قيمت وفسرت ونظمت ورتبت أى عولجت، أو أنها بلغة تكنولوجيا المعلومات تم تشغيلها أو معالجتها أو تناولها، أصبح لها مضمون ذو معنى يؤثر فى الاتجاه ورد الفعل والسلوك الانسانى، ويقلل من حالة عدم اليقين، فتصبح فى هذه الحالة معلومات.

فالمعلومات اذن هى البيانات التى تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لاستعمال محدد، أى البيانات التى أصبح لها قيمة بعد تشغيلها أى بعد تحليلها وتفسيرها أو تجميعها فى شكل له معنى، والتى يمكن تجميعها فى صورة رسمية أو غير رسمية، أو فى أى شكل، وهى تؤدى إلى التقليل من عدم اليقين، وإلى تغيير الحالة المعرفية لشخص تجاه موضوع أو قضية أو موقف معين.

ولكى تعطى البيانات أو المواد الخام، معلومات جيدة بعد معالجتها، لابد أن يتوافر فيها فى الأساس بعض الخصائص أو السمات الأساسية وهى:

- أن تكون على درجة كبيرة من الدقة وخالية من الأخطاء.
- أن تكون ممثلة لواقع الأشياء حتى تعبر عن حقيقة الأمور.
- أن تكون شاملة دون تفصيل زائد أو إيجاز مخل.
- أن تكون متسقة فيما بينما دون تعارض أو تناقض.

▪ أن تكون مناسبة للاستخدام زمنياً.

والمعلومات أيضاً هي أساس المعرفة، فمن خلال التراكم اليومي والأسبوعي للبيانات المقومة والمعالجة والمعدة كمعلومات في موضوعات متخصصة بعينها أو في شتى المناحي تتراكم لدى الانسان أرصدة تشكل ذاكرته ورؤيته، هذه الأرصدة الفكرية هي المعرفة سواء المتخصصة منها أو العامة، وتلك المعرفة Knowldge هي أساسا مجموعة من المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الانسان نتيجة لمحاولاته المتكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به، وهي تمثل حصيلة جهد أو رصيد خبرة أو المعلومات التي يمتلكها الشخص – أو المجتمع – في وقت معين، وعلى ذلك قد يختلف رصيد المعرفة لدى الشخص الواحد من وقت لآخر باختلاف كم المعلومات التي يحصل عليها، وكذلك الأفراد بعضهم البعض، والمجتمعات، وهذه المعرفة إذا جمعت بشكل منظم ومنهجي وكان هدفها هو الوصف والتفسير والتنبؤ بغرض التحكم في الظواهر المختلفة من خلال الوصول إلى أحكام أو تعميمات عامة تأخذ شكل الأحكام أو القوانين أو النظريات تنتج العلم Science.

ويستخدم مصطلح المعرفة على أنه مصطلح يشمل كل من المعرفة العلمية التي يتم الوصول إليها باتباع المنهج العلمي السليم في التفكير، وكذلك المعرفة غير العلمية التي لا تدخل في باب العلم كالمعرفة الحسية والميتافيزيقية وبالتالي فمصطلح العلم يعبر عن ذلك الجسد المترابط من المعارف والتي يصل إليها الانسان عادة باتباع المنهج العلمي.

أما الاتصال Communication فهو عملية يتم من خلالها نقل معنى أو فكرة من طرف إلى آخر، وجوهره هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات من خلال الاتصال الشفهي أو المكتوب أو المسموع والمرئي، وأحيانا يتم الاتصال بدون تبادل كلمات أو رسائل بمجرد الايماءة أو حركة الجسم أو الرموز ذات المعنى المحدد وغيرها من وسائل الاتصال غير اللفظي، ولهذا الاتصال أوجه نشاطه المختلفة مثل

الإعلان والدعاية والعلاقات العامة والحرب النفسية والدعوة، وله أيضاً وسائله مثل الندوة والمحاضرة والصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما.

أما الإعلام Information - وهى نفس كلمة معلومات باللغة اللاتينية - فهو فى الأساس نشاط اتصالى أى يتضمن عملية مشاركة فى المعنى من خلال نقل معلومات معينة من طرف إلى آخر، ولكنه كنشاط اتصالى يتسم بأنه يقوم بتزويد الجمهور بالمعلومات الصادقة والصحيحة عن القضايا والظواهر والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف أو تشويه، بهدف تحقيق أكبر قدر من المعرفة والوعى والإدراك والاحاطة الشاملة لدى الجمهور المتلقى للمادة الإعلامية، وبما يسهم فى تنوير الرأى العام وتكوين الرأى الصائب لديه بصدد الوقائع والموضوعات والقضايا والمشكلات المثارة والمطروحة، وللإعلام وسائله المختلفة ومن بينها الصحافة.

فالمعلومات اذن مادتها الخام هى البيانات، وهى أساس المعرفة والعلم وجوهر عملية الاتصال التى يشكل الإعلام أحد أنشطته الرئيسية، والصحافة هى وسيلة اتصالية أو إعلامية تشكل المعلومات جوهر عملها.

وفى ضوء ما سبق وبالنظر إلى طبيعة العمل الصحفى يمكن القول أن المعلومات الصحفية هى المعلومات التى تأخذ عادة شكل مجموعة المواد الإعلامية والثقافية كالقصاصات الصحفية والصور الفوتوغرافية والنشرات والتقارير والإحصاءات والمواد السمعية والبصرية الأخرى المنظمة والمحفوظة بشكل يسهل الرجوع إليها واسترجاعها عند الحاجة، وهذه المواد تتضمن معلومات فى شكل أخبار وتحقيقات ومقالات وأحاديث وتقارير وصور فوتوغرافية ووثائق سبق نشر معظمها وبعضها لم يتم نشره، سواء فى الصحيفة نفسها أو فى صحف أخرى، وتلك المعلومات تفيد المحرر الصحفى فى عمله اليومى سواء فى إعداد نفسه لتغطية موضوع صحفى معين أو فى استكمال تفاصيله وخلفياته، أو فى التحرى عن مدى صدق معلومة صحفية معينة.

ويمكن اعتبار الصحيفة بمثابة نظام مفتوح للمعلومات يتضمن داخله مجموعة من الإجـراءات والتدابير التى تتخذ يومياً أو أسبوعياً بشكل منظم للحصول على المعلومات ومراجعتها وتجهيزها وتنظيمها وتخزينها ونشر بعضها واسترجاع البعض الآخر فى الوقت المناسب لاحتياجات المحررين الصحفيين، والصحيفة كنظام للمعلومات تتضمن المدخلات وهى المعلومات، وعملية تتضمن داخلها التخطيط التحريرى للتغطية الصحفية، والتغطية الصحفية أو جمع المعلومات من مصادرها المختلفة ومراجعتها واستكمالها، ثم التحرير الصحفى أو صياغة تلك المعلومات بالأسلوب الصحفى المناسب، ثم المخرجات وهى المادة الصحفية المنشورة، وكذلك خدمات المعلومات التى تقدم من خلال قسم أو مركز المعلومات أو بنوك المعلومات الداخلية والخارجية المستفيدة فى الأساس من المادة الصحفية المنشورة.

وقوام الصحيفة كنظام للمعلومات هو كم هائل من المعلومات، ومجموعة من المحررين الصحفيين يتولون معالجتها، ثم جمهور القراء المستفيد من هذه المعلومات أو المستهلك لها، إضافة إلى نظام الحصول على رجع الصدى للعملية التحريرية ككل.

ويحصل المحرر الصحفى على معلوماته من المصادر البشرية وهى الأشخاص، وغير الحية وهى الوثائق والتقارير، كما أنه يحصل عليها من مصادر خاصة به خارج الصحيفة ومن مصادر خاصة بالصحيفة من داخلها أو من خارجها، ويمكن تقسيم المعلومات الصحفية إلى نوعين:

النوع الأول: هو المعلومات الصحفية الأولية أو الراهنة أو الحالية والتى تتسم بالجدة والفورية، وترتبط بالأحداث والوقائع اليومية أو الأسبوعية وتتضمن أحدث التطورات فى الوقائع نفسها، وتشكل المعيار أو المحك لنجاح المحرر فى تغطيته الصحفية.

النوع الثانى: هو المعلومات الصحفية الثانوية أو المكملة أو المساعدة والتى سبق نشرها وجمعها وتخزينها، ويسهل استرجاعها وتُعطى خلفيات أو تفاصيل أو تفسيرات

لوقائع راهنة ومعلومات أساسية عن بعض الظواهر أو الوقائع أو المفاهيم وهى محور الصفحات القادمة.

المعلومات الصحفية الثانوية:

جزء ضئيل من هذا النوع من المعلومات السابق الحديث عنه يأتى من خارج الصحيفة من المصادر الحية أو الوثائق، أما الجانب الأكبر فيتم الحصول على معظمه من داخل الصحيفة من خلال قسم أو مركز للمعلومات الصحفية والذى يشكل وبحق الذاكرة الخارجية للمحرر الصحفى، والذاكرة الداخلية للصحيفة تلك الذاكرة التى تقوم بعملية تجميع وتجهيز واختزان للمعلومات بعد تنظيمها، ثم استرجاعها فى الوقت المناسب لاهتمامات المحررين واحتياجاتهم الوقتية، ويتضمن قسم المعلومات الصحفية (أو مركز المعلومات كما يطلق عليه أحياناً) قطاعين رئيسيين هما المكتبة والأرشيف، اضيفت إليهما الآن بعض الوحدات المستحدثة، **بالشكل التالى:**

أولا: المكتبة الصحفية:

وتضم قطاعين أو جانبين أساسيين هما:

1- **قطاع الدوريات:** ويتضمن أعداد الجريدة أو المجلة التى تصدرها المؤسسة الصحفية مجلدة ومجهزة للإطلاع عليها، إلى جانب الدوريات المحلية والدولية الأخرى، وهناك استفادة من تكنولوجيا المعلومات الآن فى تطوير عملية الحفظ باستخدام المصغرات الفيلمية (الميكروفيلم والميكروفيش)، واسطوانات الليزر، وقد يتم ربطهما بالحاسبات الاليكترونية.

2- **قطاع الكتب:** ويتضمن مكتبة **تضم نوعين من الكتب:**

1/2- الكتب العادية: وهى الكتب التى قد يقرأها المحرر الصحفى من بدايتها وحتى نهايتها، وتجمع بين الكتب العامة والمتخصصة، وتعار داخل المكتبة وخارجها.

2/2- الكتب المرجعية: وهى الكتب التى لا تقرأ كلها من البداية إلى النهاية، ولكن يرجع المحرر إليها لكى يعرف معلومة معينة، للاستفادة بها فى اعداد موضوع صحفى معين **وتشمل الكتب المرجعية:**

1/2/2- دوائر المعارف.

2/2/2- القواميس أو المعاجم اللغوية.

3/2/2- معاجم التراجم.

4/2/2- الأدلة.

5/2/2- الكتب السنوية.

6/2/2- الأطالس ومجموعات الخرائط والصور.

7/2/2- مختصرات الحقائق والموجزات الإرشادية.

8/2/2- الكشافات.

9/2/2- البيبليوجرافيات.

10/2/2- المستخلصات.

11/2/2- قوائم الناشرين.

12/2/2- المعاجم الجغرافية.

13/2/2- الرسائل العلمية.

ثانياً: الأرشيف الصحفى:

وهو مكون رئيسى من مكونات ذاكرة الصحفى الخارجى وذاكرة الصحيفة الداخلية ويتضمن:

1- **أرشيف المعلومات**: ويضم قصاصات من الصحيفة أو الصحف الأخرى، وتقارير ونشرات ونصوص صحفية لم تنشر، مصنفة ومرتبة بشكل يسهل استرجاعها ويغطى كل اهتمامات الصحيفة **وينقسم داخليا إلى:**

1/1- معلومات عن أشخاص.

2/1- معلومات عن موضوعات.

وقد تم الآن الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات فى تحميل محتويات القصاصات أو القصاصات نفسها مصورة على ذاكرة الحاسبات الاليكترونية.

2- **أرشيف الصور**: ويضم الصور الفوتوغرافية المنشورة وغير المنشورة فى الصحيفة فى شكلها الأصلى أو على شكل كليشيهات أو أفلام سالبة أو موجبة. **وتنقسم الصور إلى:**

1/2- صور أشخاص.

2/2- صور موضوعات.

وإلى جانب ما سبق هناك حفظ منظم للرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة.

مما سبق يتضح لنا التكوين التقليدى لقسم المعلومات الصحفية فى الصحيفة، أما الآن فقد أضيفت إليه بعض المكونات الجديدة المستعان فيها بتكنولوجيا المعلومات المتطورة، وأصبح يطلق عليه مركز المعلومات الصحفية، وأحياناً مركز المعلومات الصحفية والبحوث بحيث أصبح يضم إلى جانب القطاعين السابقين وهما المكتبة والأرشيف **القطاعات التالية:**

- وحدة اعداد البحوث.
- وحدة اعداد المستخلصات.

- وحدة اعداد البيبليوجرافيات.
- وحدة اعداد الكشافات.
- وحدة الترجمة.
- وحدة النشر.
- وحدة إنتاج المصغرات الفيلمية.
- وحدة الحاسبات الاليكترونية.
- وحدة اسطوانات الليزر.
- وحدة الاتصال الخارجى مع بنوك وشبكات وقواعد المعلومات الداخلية والخارجية.

خلاصة الوحدة الثانية

عالجت هذه الوحدة المتطلبات الأساسية التى يرتكز عليها التحرير الصحفى كعملية فنية صحفية، وكخطوة من خطوات اصدار الصحيفة من خلال تناوله لمفهوم السياسة التحريرية Editorial Policy والعوامل المختلفة المؤثرة عليها سواء العوامل المباشرة (الايديولوجية، ظروف العمل الصحفى، الجوانب الاقتصادية، تكنولوجيا الصحافة، الجهاز التحريرى، عملية حراسة البوابة ، الجمهور).

وكذلك العوامل الوسيطة والتى تتضمن الفلسفة العامة للاتصال فى المجتمع، حجم الحرية المتاحة، معايير السلوك المهنى.

إلى جانب العوامل غير المباشرة التى تؤثر على هذه السياسة وهى الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع والسياسة العامة للدولة.

وتناولت هذه الوحدة كيفية تعرف الصحيفة بشكل مستمر ومنظم على جمهورها وتحديد سماته، وعرضت لمفهوم الكتابة المقروءة وكيفية قياس المقروئية ودور كتب وأدلة الأسلوب فى تحقيق الاتساق والوحدة فى الأسلوب الصحفى المستخدم فى الصحيفة.

وانتهت بالحديث عن نظام المعلومات فى الصحيفة بشقيه: المكتبة والأرشيف الصحفى، والتطورات الراهنة فى أنظمة المعلومات الصحفية، باعتبارها عصب العملية الصحفية بعامة والعملية التحريرية على وجه الخصوص.

أسئلـة وتطبيقـات الوحـدة الثانيـة

1- صحح العبارات التالية مبرراً ذلك:

- السياسة التحريرية هى المبادىء التى تلتزم بها الصحيفة وتدافع عنها وهى تعكس مصالح جماعة معينة واهتماماتها الاجتماعية والأخلاقية والسياسية.
- المقصود بعملية حراسة البوابة الطريقة التى يدار بها عمل الجهاز التحريرى لتحقيق التجانس والتنسيق من خلال اجتماعات متعددة.
- تمثل مواثيق أخلاقية المهنة شكلاً من أشكال القيود غير المباشرة على الصحافة وتحدد كيفية معالجة بعض الموضوعات وقائمة ببعض الوقائع أو المعلومات المحظور نشرها.
- المعلومات هى عملية يتم من خلالها نقل معنى أو فكرة من طرف إلى آخر وجوهرها المشاركة فى الأفكار والمعانى من خلال الاتصال الشفهى أو المكتوب أو المسموع أو المرئى.

2- وضح العلاقة بين المفاهيم التالية:

- السياسة التحريرية وإتخاذ القرار التحريرى.
- جمهور الصحيفة وسياستها التحريرية.
- مقروئية الصحيفة وأدلة الأسلوب.
- المعلومات والتحرير الصحفى الجيد.

3- أكمل ما يلى:

- تؤثر على السياسة التحريرية مجموعة متشابكة من العوامل بعضها مباشر مثل ....و .... و ....وبعضها غير مباشر وهى ....

و................ وبعضها يتصل بالنظام الإعلامى السائد مثل .... ،
...................،...................... .

- من المشاكل الاقتصادية التى تواجه الصحافة .... ويمكن مواجهة هذه المشكلة عن طريق .... و ....

- الكتابة المقروءة هى .... ومن بين الأمور التى تجعل الصحيفة أكثر مقروئية.................. و .... و ....

- أساس نظام المعلومات فى الصحيفة .... وتنقسم هذه المعلومات إلى .... و .... ، وللصحيفة قسم للمعلومات الصحفية يتضمن قطاعين هما .... و ....

أنشطــة يقــوم بهــا الــدارس

1- من خلال متابعة علمية دقيقة لسبعة أعداد من صحيفتك المفضلة حاول أن تحـدد أهم ملامح سياستها التحريرية.

2- اختر مقالاً لاحدى كبار الكتاب في صحيفتك التي تحرص على مطالعتها واجتهـد في اعادة كتابته ليصبح أكثر مقروئية في ضوء الأسـس العلميـة التـي درسـتها للأسلوب الصحفي المقروء.

3- اختر حواراً صحفياً أو تحقيقاً صحفياً منشوراً في أحدى الصحف، واقترح إمكانية الاستفادة من قسم المعلومات الصحفية في تطويره واستكمال تفاصيله وخلفياتـه أو التحري عن مدى صدق ما ورد به من معلومات.

مـراجـع الوحـدة الثـانيـة

1- إجلال خليفة: الصحافة – دار الطباعة الحديثة، القاهرة، 1976.

2- إجلال خليفة: علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية فى وسائل الاتصال بالجماهير – الانجلو المصرية، 1980.

3- توماس بيرى (ترجمة مروان الجابرى) الصحافة اليوم (تطورها وتطبيقاتها العملية) مؤسسة أ. بدران، بيروت (لبنان) 1964.

4- جلال الدين الحمامصى – من الخبر إلى الموضوع الصحفى – دار المعارف، 1964.

5- ابراهيم امام – دراسات فى الفن الصحفى، الانجلو المصرية، 1972.

6- محمود علم الدين: الفن الصحفى فى المجلة العامة، العربى للنشر والتوزيع، 1992.

7- محمود علم الدين: التوثيق الإعلامى – التطورات التاريخية – والجوانب الفنية، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، 1990.

8- Mac, Dougall, Curtis D., Interpretative Reporting, The Macmillan Company, New York, 6th Edition, 1972.

9- Baskette, Floyd K., The Art of Editing, The Macmillan Company, New York, 3ed Edition, 1982.

10- Specer, Crump, Funcament of Journalism, Mc Graw Hill Book, U.S.A, 1974.

11- Kennedy, George and Others, News Reporting and Writing, Martnis Press, New York, 1980.

12- The New York Times Manual of Style and Usage, New York, Times Books.

13- The Washington Post Desk Book on Style, New York, Mc Graw Hill.

الوحدة الثالثة

التخطيط لتحرير الجريدة

الوحدة الثالثة

التخطيط لتحرير الجريدة

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يميز الاختلافات الأساسية بين الصحفي والباحث العلمي.

2- يحدد أوجه التشابه بين الصحفي والباحث العلمي.

3- يفهم مبررات استخدام بعض أدوات البحث العلمي الاجتماعي في العمل الصحفي.

4- يتعرف على مستويات الاستفادة الصحفية من مناهج البحث العملي الاجتماعي.

5- يوظف بعض تقنيات البحث العلمي الإجتماعي في العمل الصحفي.

6- يقيم الأخلاقيات المهنية المتصلة باستخدام تقنيات البحث العلمي الإجتماعي في العمل الصحفي.

7- يفهم الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية.

8- يحلل استخدام بعض أساليب التغطية الصحفية الجديدة في الصحف المصرية.

عناصر الوحدة:

1- الصحفى والباحث العلمى: الأختلافات وأوجه التشابه.

2- مبررات الاتجاه نحو استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى.

3- مستويات الاستفادة الصحفية من مناهج البحث فى العلوم الاجتماعية: الخطوات المنهجية، التقنيات.

4- الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية: التغطية التفسيرية، التغطية الاستقصائية، تيار صحافة الخدمات، تيار الصحافة الجديدة.

5- خلاصة.

6- أسئلة.

7- أنشطة.

8- مراجع.

تتعلق هذه الجوانب الخاصة بلالجوانب والتطورات الحديثة فى التخطيط والتفكير للتحرك الصحفى، أى بكيفية أو أسلوب الصحفى فى اختيار موضوع معين، والتخطيط لتغطيته من كل المصادر، وتوجيه عمل الفريق الصحفى، وكيفية جمع المادة أو المعلومات الصحفية، وتصنيفها ثم تحليلها واستخلاص النتائج منها، أنها جوانب الفكر أو الرؤية أو التخطيط الصحفى.

أولا: استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها:

يصف البعض العمل الصحفى خاصة -التغطية التفسيرية والتغطية الاستقصائية- بأنه بحث علمى لم يكتمل، أو بحث علمى ينقصه التدقيق فى اختيار منهج جمع المعلومات أو أسلوب التحليل والتقييم، فى حين يرى البعض النقيض، وأن ما يفعله الصحفى هو مالا يجب أن يفعله الباحث العلمى بل يصل البعض إلى حد اعتبار أن خطوات الصحفى ورؤيته فى التفكير والسلوك ينبغى أن تكون البداية التى يجب أن تدرس فى مقدمات مناهج البحث لكى يتجنبها أى باحث علمى يريد النجاح فى عمله.

فما هى الحقيقة فى ذلك؟ وما الصلة بين الصحفى والباحث العلمى؟ وما وظيفة كل منهما؟ وما أوجه الاختلاف؟ وهل هناك أوجه تشابه؟ ولماذا تثار هذه الدعوة ويشتد مثل هذا التيار لاستعمال أدوات البحث العلمى فى العمل الصحفى، فى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها.

الصحفى والباحث العلمى: الاختلافات الاساسية:

الدور التقليدى للصحفى هو تقديم تقرير حالى للقراء عن الأحداث الراهنة التى هى أما مهمة أو ممتعة أو كلاهما، وتحديد أى أحداث مهمة أو ممتعة بشكل كاف للاتجاه نحو معالجتها وتغطيتها ونشرها، أنها عملية يكون الحكم فيها المحرر الصحفى وسياسة الصحيفة التى يعمل بها، وبالطبع يتم اختيار بعض الأحداث، ولا يتم اختيار بعض الأحداث، ولا يتم اختيار البعض الآخر أو على حد تعبير المعلق التليفزيونى

الأمريكي Bruce Markon هذا بعض مما حدث "وليس تعبير Walter Crankite المعلق التليفزيوني الأمريكي المعتزل" وهذا هو ما حدث.

وفي بعض الأوقات يحاول الصحفيون الذهاب إلى ما وراء التقرير البسيط عن حدث ويحاولون وضع هذا الحدث في إطار يعطيه معنى من خلال الافتتاحيات والأعمدة والتغطية الاستقصائية.

بينما يكون دور الباحث العلمي هو الوصول إلى معرفة علمية جديدة تأخذ شكل قوانين أو تقريرات عامة.

فالفارق الرئيسي بين البحث العلمي والمادة الصحفية أو الإعلامية لا يكمن فقط في امكانية الاعتماد على معلومات ونتائج البحث العلمي ولا التقنيات الخاصة بنشر تلك المعلومات، بل أنه يتعلق بمجال المعلومات.

فالباحث العلمي يتجاوز الواقع الخارجي، والأحداث اليومية، ليصل إلى الآفاق البعيدة في المكان والزمان، وهو يتطلع إلى اكتشاف القوانين التي تحكم كل الحقائق ومعرفة العالم بالقوانين الكونية هي التي تمكنه من أن يمسك بالحقائق البعيدة.

والهدف الأساسي للعلم هو بناء نظرية، والنظرية، ببساطة هي تفسير مع بعض التعميم، فالباحث العلمي ينظر إلى عدد من الأحداث الخاصة ويهدف إلى ايجاد مبدأ لتفسيرها

والوسائل الاتصالية الاخبارية (ومن بينها الجريدة اليومية) ترتبط بشكل مميز بحقائق وأحداث مفردة وخاصة ومعاصرة، ومحلية، مرتبطة بالمكان (هنا) والزمان (الآن)، وهدف الصحفي على العكس من الباحث العلمي، هو وصف حدث واحد معين بدقة وبشكل كامل بقدر ما يستطيع.

فوسائل الاتصال الجماهيرية- على حد تعبير الباحث الاتصالي الأمريكي ليوبوجارت تخلق الاهتمام أو المتعة بالتركيز على الأفراد في حين أن العلوم الاجتماعية تتعامل مع الأفراد كحالات قابلة للدراسة فقط.

الصحفي والباحث العلمي: أوجه التشابه:

هناك أوجه تشابه أساسية بين الصحفى والباحث العلمى من حيث المبدأ أو الأهداف العامة ومجال العمل لكل منهما، ولكن يظل الخلاف الأساسى بينهما فى المنهج، وأهم أوجه التشابه هى:

1- محاولة وصف الحقيقة من خلال تحليل الظواهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وجوانب سلوك الفرد وحركة المجتمع.

2- وجود قاعدة أو أساس تجربى (امبريقى) Empircal وهو المدخل المنهجى الذى يعتمد على الملاحظة أو التجربة المباشرة.

3- الاعتماد على التحرى Verification كمدخل لجمع البيانات والحقائق.

4- الاعتماد بشكل أساسى على اكتشاف دليل (برهان) يتم من خلاله الوصول إلى تقارير أو بيانات، أو أحكام، وهذا الدليل أو البرهان يمكن أن يتنوع من ملاحظة المحرر الأولية لحدث مثل محاكمة قاتل، إلى الاختبار المفصل لفرض عن العدوانية فى معمل من معامل علم النفس، ففى الحالتين: الأساس امبريقى (تجربى)، وتظل التقارير أو البيانات statements أساساً يعتمد على الملاحظة والموقف المتسم بالموضوعية، والموضوعية من الناحية المنهجية عملية اتفاق مراقبين أو ملاحظين أو أكثر على وصف شيء: تجربة أو إجراء أو قياس، هنا يوصف هذا الشيء بأنه موضوعي.

والموضوعي فلسفياً: هو ما تتساوى علاقته بجميع المشاهدين (الملاحظين) برغم اختلاف الزوايا التى يشاهدون منها، ومن هنا وجب أن تكون الحقائق العلمية مستقلة عن قائلها، بعيدة عن التأثر بأهوائه وميوله ومصالحه فتتحقق فى البحث العلمى الموضوعية والنزاهة وبالنسبة للصحفى يعنى ذلك الوصول إلى تقارير أو بيانات أو أحكام Statements، يمكن تحرى دقتها، ويصف عالم الدلالة SI Hayakawa . هذه التقارير أو البيانات أو الأحكام بأنها Reports أى تقارير إخبارية أو واقعية أو حالية

وهى بذلك تختلف عن نوعين آخرين من التقارير، الأول: الأحكام Judgements وهى تعبير عن القبول أو الرفض، والثانى: الاستنتاج Inference، أى تقرير أو بيان عن غير المعروف يستنتج من خلال المعروف، وهما مجال عمل البحوث العلمية ونتاجها، فى حين أن النوع الأول Statements خاص بالمحرر الصحفى.

وهنا ينصح الصحفيون من دعاة المنهجية العلمية وخبراء العلوم الاجتماعية الصحفيين بالانحياز إلى التقارير Reports حيث يؤدى الاعتماد على الأحكام والاستنتاجات، بما يعقبها من اختيار لتفاصيل معينة إلى خلق انطباع معين، وكثير من الاتهامات الموجهة إلى مجلة Time الأمريكية سببها استعمالها الواسع للأحكام والاستنتاجات.

وبداية عمل كل من الصحفى والباحث العلمى واقعة أو مشكلة أو ظاهرة ثم بحث عن تفسير لهذه الواقعة أو المشكلة أو الظاهرة من خلال وضع تصور أو فرض، ثم جمع المعلومات المتعلقة بالموضوع، ولكن الاختلاف والفارق بين الصحفى والباحث العلمى هو مدى الأمانة فى جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها وأسلوب جمع المادة أو المعلومات، وهذا ما يدفع الباحث العلمى إلى التشكك فى نتائج أى موضوعات صحفية تنشر فى الجريدة - مثلاً - لشكه فى منهجية البحث وأداة جمع البيانات وأسلوب التحليل.

ولكن لماذا تثار الدعوة إلى استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى المجال الصحفى؟ هناك أكثر من تفسير لذلك **ومن أكثر تلك التفسيرات أهمية تفسيران هما:**

الأول: منافسة الوسائل الاتصالية الأخرى الاليكترونية والمطبوعة للجريدة:

أثر التليفزيون على الصحافة الأمريكية تأثيراً كبيراً، ففى الستينات دمر المجلات المصورة العامة وأستولى على ميزانيات الإعلان التى كانت توجه لها، وفى السبعينات وضع التليفزيون الجرائد فى وضع سيىء، فقد أستولى على بعض إعلاناتها وعلى جزء من جمهورها، وجمد أرقام توزيعها عند أرقام الستينات، وعادت المجلات العامة مرة

أخرى – منافسة للجريدة – أكثر تخصصاً وتعمقاً وتحليلاً وتفسيراً لموادها الصحفية، إلى جانب أن عادات الجمهور قد تغيرت، فزادت نسبة الناضجين والمتعلمين، فأصبح الحل الوحيد أمام الجريدة هو مزيد من التعمق فى المادة الصحفية لمواجهة المادة المتخصصة المتعمقة التى تقدمها المجلات، فضلاً عن منافسة المادة الإعلامية المصورة المتحركة الحية السريعة التى تقدمها محطات التليفزيون، من خلال إعطاء مزيد من العمق للموضوعات، والسعى لوضعها فى إطار عريض يعطيها معنى، لكى يحس القارئ بالفارق بينها وبين منافساتها من الوسائل الاتصالية وعن طريق مزيد من التفسير والاستقصاء والتحرى والرجوع إلى الخلفيات والوصول إلى الأسباب والدوافع أى عمل اشبه ما يكون بالدراسة العلمية.

الثانى: الأخطاء والمغالطات الصحفية اليومية:

يقدم المحررون الصحفيون من وقت لآخر، وأحياناً يوميا ، الدليل على أنهم فى حاجة إلى دراسة مناهج البحث العلمى من البداية، كى لا يقعوا فى تلك الأخطاء والمغالطات اليومية التى يقعون فيها تقريباً كل يوم باسم "العلم" و"المنهج العلمى"، الذى يظنون أنهم قد استوعبوه فى حين أنهم يخالفونه بشكل جذرى فى عديد من الأمور التى أطلق عليها أحد خبراء مناهج البحث فى العلوم الاجتماعية المغالطات الصحفية **وأبرزها:**

1- التعميم من عينة غير ممثلة:

ويحدث هذا عندما يعتقد المحرر الصحفى أن ما حدث فى مكان ما أو أن واقعة معينة هى القاعدة، ويقوم بتعميم ما حدث على أنه يمثل كل الاتجاهات، فى الوقت الذى تكون هذه العينة التى تم تعميمها تجربة ذاتية.

2- اساءة استخدام كلمة "عشوائية":

فبعض الصحف تقوم بعمل استقصاءات عن ردود فعل بعض التجمعات الجماهيرية بالنسبة لخطاب أو قرار أو حدث ثم تعلن نتائج هذه الاستقصاءات مشفوعة

بقولها: "أظهرت هذا عملية مسح للجمهور مبنية على العشوائية"، بينما يكون الموضوع الصحفى المنشور عبارة عن مجمْوعة من الأقوال المقتبسة من الجمهور لا تحوى أى معلومات عن المجتمع الذى تم دراسته أو حجم العينة، والسبب هو عدم فهم بعض المحررين الصحفيين أن كلمة "عينة عشوائية" لا تعنى المعنى اللفظى لها وهو العشوائية، بل لها معنى اصطلاحى "علمى" آخر، فالعينة العشوائية هى العينة أو المجموعة المختارة من المجتمع الأصلى التى تتيح لكل أفراد هذا المجتمع فرصة الظهور فى العينة، وهى لا تتقيد بنظام خاص أو ترتيب معين مقصود فى الاختيار وبذلك تضمن لجميع المفردات فرصاً متساوية والطريقة العادية لسحب العينات العشوائية هى: كتابة أسماء أو أرقام أفراد المجتمع فى أوراق صغيرة وخلطها تماماً ثم اختيار العدد المطلوب من هذه الأوراق دون تمييز بين الأوراق المختلفة، أو من خلال جدول الأرقام العشوائية وهو عبارة عن جدول مبيناً فيه أرقام موضوعة دون أى ترتيب أو تعمد فيؤخذ من الجدول عدداً من الأرقام يعادل العدد المطلوب حسب حجم العينة مع اسقاط جميع الأرقام التى لا تدخل فى نطاق العدد الأصلى للمجتمع نفسه.

3- اجراء استقصاءات رجل الشارع Man in the Street polls

وهى نموذج نمطى يتكرر فى الصحافة – منذ نهاية القرن الماضى – ويتم خلاله اختيار عينة على أساس غير علمي، بحيث تكون غير ممثلة، وتوجيه أسئلة لها حول بعض الموضوعات، ثم نشرها فى شكل موضوع صحفى، لا يزود بأية معلومات كمية، ولا يذكر عدد الناس الذين قابلهم الصحفى، بل يكتفى بمجرد توصيف عام لهم مثل: "الرجال والنساء فى محافظة ......" أو "جماهير منطقة ...." وأحياناً يورد حجم العينة ونسب الموافقة أو عدم الموافقة، ولكنها لا تكون ممثلة علميا .

4- الوصول لاستنتاجات سببية غير صحيحة:

فى أحيان كثيرة خاصة فى الموضوعات ذات الطابع التفسيرى والاستقصائى تصل الجرائد إلي استنتاجات لأحكام وتقريرات وبيانات بدون أى سند علمى صحيح، حيث تقرر الجريدة أن هذا الشيء يسبب حدوث ذلك الشيء، من خلال ملاحظات

بعض الأشخاص، أو من خلال المقارنة بموقف سابق أو لاقتناع رئيس التحرير أو المحرر الصحفى بهذا السبب.

5- **افتراض أنه بسبب أن شيئاً ما يسبق حدث، فإن هذا الشيء هو سبب الحدث،** ويعرف ذلك منهجياً بالمصطلح التالى Post hoc ego proter hoc أو "بسبب أن شيئاً ما يسبق، فهو سبب الحدث" ويفسر من خلالها الحدث بالمتغير الذى سبقه مع اغفال كل المتغيرات الأخرى.

ويحدث هذا فى الصحافة كثيراً، كأن تذكر الصحف مثلاً عن شاب أتهم بالاعتداء على طفلة أنه كان يقرأ مجلات جنسية، أو يذهب إلى أماكن عرض الأفلام الفاحشة، فيصل إلى ذهن القارئ أن هذا هو السبب، أو ما فعلته الصحافة الأمريكية فى الستينات فى تغطيتها لقاتل الرئيس الأمريكى جون كيندى Lee Harvy Oswald. فقد راجعت بعض الجرائد قائمة الكتب التى استعارها من المكتبة العامة قبل الأغتيال، ونشرت عنها تقريرا، فأوقعوا أنفسهم فى الخطأ فعلى الرغم من عدم إعلانهم صراحة أن دوافعه للقتل من بينها قراءة هذه الكتب، أو أنه شخص عدوانى بدليل قراءاته لهذه الكتب، إلا أن رد الفعل المنطقى عند القراء كان تكوين هذه العلاقة السببية بين الكتب وجريمة القتل.

الاستفادة الصحفية من مناهج البحث فى العلوم الاجتماعية:

هذه الاستفادة يمكن أن تكون على مستويين متوازيين:

المستوى الأول:

الاستفادة من الخطوات المنهجية للبحث العلمى فى التصدى لموضوع معين:

وهى عبارة عن مجموعة من المراحل التى تتميز بالتسلسل والتتابع من ناحية والتداخل والترابط من ناحية أخرى، وتتضمن:

1- الاحساس بالمشكلة، من خلال الملاحظة المتعمقة والتجربة وخبرة الباحث وكثرة الاطلاع والتعرف على وجهات النظر المختلفة فى المشكلات والنظرة الناقدة.

2- دراسة المشكلة وتحليلها وصياغتها.

3- فرض الفروض أو وضع مجموعة من التساؤلات التى يسعى البحث إلى الاجابة عنها.

4- تحديد نوع البحث.

5- تحديد طرق جمع البيانات وتصميمها.

6- المعالجة الاحصائية للمشكلة بمعنى تفسير وعرض المشكلة فى شكل احصائى رياضى يسهل معه اختيار العينات وتفسير نتائجها للوصول إلى الاستنتاج، العلمى السليم.

7- جمع البيانات وفقاً للطرق التى تم تصميمها لهذه العملية.

8- المعالجة الإحصائية للبيانات التى تم جمعها.

9- استخدام النتائج المحددة التى انتهت إليها الدراسة، والتفسير المنطقى لها، لاختبار مدى صحة الفروض، أو للإجابة على التساؤلات التى طرحها البحث.

10- التعميم، من خلال تعميم النتائج التى توصل إليها الباحث من دراسته الخاصة على المجتمع الأصلى.

11- التنبؤ، ويعنى استخدام الفروض والنتائج التى ثبتت صحتها للتنبؤ بأحداث معينة فى مواقف جديدة أو مقبلة، بحيث يؤدى هذا التنبؤ إلى مواجهة المشكلات الجديدة قبل أن تحدث.

المستوى الثاني: الاستفادة من أهم سمات المنهج العلمي:

لا يمكن لأحد أن يخمن أو أن يفترض أو أن يدعو إلى أن يستعمل الصحفيون المنهج العلمي في جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها ثم صياغتها، ولكن يمكن الاستفادة من بعض سمات المنهج العلمي في تحسين طرق جمع المادة، أو البيانات الصحفية، وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات من **أهمها:**

1- التكميم والقياس Quantification and measurement:

هناك اتفاق على أن استعمال الأسلوب الكمي الذي يعتمد على الأرقام أو التكميم أمر مهم للتفكير العلمي، وان الباحث العلمي إذا لم يستطع أن يقيس، فإن معلوماته تصبح هزيلة وغير مرضية، فالأسلوب الكمي **يعطي للباحث مزايا عديدة أهمها:**

- السماح للباحث أن يقرر بشكل أكثر تحديداً ويسمح بتمييزات صحيحة.
- اعطاء فرصة لمقارنات كثيرة.
- تلخيص أو اختصار المادة.
- تمكين الباحث من التعامل مع حقائق ليست قابلة للمواجهة بشكل مباشر.
- السماح باستعمال التقنيات الاحصائية والرياضية، وعملية الاستنتاج الاحصائي في نظام قوي للوصول إلى خلاصات تعتمد على المعلومات الكمية.

2- الثبات والصدق في القياس Reliability & Validity

والثبات في القياس يعني المدى الذي يظل فيه القياس صحيحاً في حالة تكراره، بمعنى أنه: هل إذا استعمل ملاحظان مختلفان أداة القياس نفسها، يصلان إلى النتائج نفسها، أما الصدق في القياس فيعني إلى أي مدى تقيس أداة البحث ما يفترض أنها تقيسه، ومن بين وسائل أو صيغ صحة القياس مثلاً هو توافق درجات الطلاب الذين يسألون عن المادة التي قرأوها حالاً مع درجات فهم القراءة.

والثبات والصدق فى القياس يمكن تطبيقهما - ليس فقط على القياس العلمى - بل أيضاً كمعايير لتقدير أى معلومات، ويمكن للصحفى أن يستفيد من هذه المصطلحات كملاحق للمصطلح الأكثر استعمالاً وهو الدقة Accuracy.

وبالفعل يدرك الصحفيون أنفسهم أهمية الثبات، على الرغم من أنهم قد لا يذكرونه بالاسم ذاته، فالمفاهيم الصحفية للموضوعية objectivity والاسناد Attribution أو نسبة الأخبار أو الوقائع إلى المصادر، تتصل بمفهوم الباحث العملى للثبات Reliability، فالموضوع الاخبارى الذى يوصف بالموضوعية هو الذى يمكن قبوله بواسطة شخصين مختلفين، يقفان مثلاً على جانبين متناقضين فى قضية جدلية.

وأحد المصادر الممكنة لعدم الصحة التى تكمن فى الأحاديث الصحفية هو الـ Reactivity أو وعى المصدر بأنه يتم استجوابه، خاصة عندما يسعى الصحفى إلى معلومات عن أفعال غير أخلاقية، غير قانونية، أو مرفوضة اجتماعيا ، هنا قد لا يصل الصحفى إلى معلومات صحيحة.

3- النظرية Theory:

النظرية هى إطار فكرى يفسر مجموعة من الحقائق العلمية ويضعها فى نسق علمى مترابط، ولها دور فى البحوث العلمية، وقد تكون قبلية فتعمل كموجهات أساسية للبحوث سواء عند اختيار مشكلة البحث أو عند وضع الفروض باعتبارها حلولاً متصورة لتلك المشكلات، أو قد تكون النظرية نفسها هى موضوع البحث ومشكلته وقد تكون بعدية عن طريق توفير التفسيرات المنطقية والملائمة للحقائق المتضمنة فى البحوث العلمية.

وبالطبع ليس هدف المحرر الصحفى الممارس بناء نظرية علمية منظمة، مع أن النظرية يمكن أن تكون مفيدة للصحفى - مثلاً - فى توجيه خط سير التحقيق الصحفى، والنظرية المفسرة لظاهرة ما فى العلوم السلوكية - مثلاً - تستطيع مساعدة الصحفى فى تقرير ما هو مهم ويستحق النظر فى السلوك الانسانى وما ليس كذلك.

ويوصى John W. Riley الصحفيين وعلماء الاجتماع أن يتفقوا بشكل متبادل على نظرية أو نظريات يمكنها استثارة واستمالة استعمالات أكثر ابداعاً من جانب الاتصال للعلوم السلوكية، ومثل هذا الجهد يحتاج ألا يكون محدوداً أو شكلياً فمثلاً يمكن استخدام نظرية السلوك المنحرف – بشكل تقليدى – فى تغطية الأحداث المتصلة بالجريمة والعلاقات السلالية والاضطرابات العقلية أو إدمان العقاقير وغيرها.

4- فرض الفروض واختبارها

Hypothesis formulating and testing:

والفرض هو تعميم مبدئى تظل صلاحيته موضع اختبار، أو هو أفضل حل متاح لمشكلة ما، أو أفضل تفسير لحقيقة غير معروفة، ويمكن اخضاعه للبحث العلمى، ويحتوى على علاقة بين متغيرين أو أكثر، وتلك العلاقة تصورية، ويمكن اختبارها تجريبياً **وهو يفيد فى:**

- توجيه الباحث إلى الحقائق التى يجب أن يبحث عنها وتركيز جهوده.
- المساعدة فى الكشف عن العلاقات الثابتة القائمة بين الظواهر.

والفرض العلمى فى ذاته عملية تخمين، مبنية على المعرفة العلمية والدراسة الاستطلاعية للموضوع ويتميز بالدقة والتحديد فى الصياغة، فى حين أن التخمين مجرد أفكار مبدئية تتولد فى عقل الفرد من خلال الملاحظة العابرة.

والمحرر الصحفى عادة لا يسير وراء فرض علمى ولكنه يسير أحياناً وراء مجرد تخمين فى حين أنه ينبغى أن يكون لدى الصحفى بعض الفروض عما هو مهم بالنسبة لموضوع ما؟ وما يعتبر غير مهم، وألا سيكون من الصعب عليه معرفة من أين يبدأ البحث عن المعلومات، ويكون هذا الفرض، أو الفروض فى شكل تصورات أو تخمينات غير مقررة Unstated assumptions، بحيث يمكن استخلاص متطلباتها وانعكاساتها الكاملة، ويمكن استعمالها للملاحظة المباشرة ولكن على الصحفى – كما هو على الباحث العلمى – أن يتجنب اعتبار الفروض قضية علمية عليه أن يدافع

عنها، وبالتالى يركز على الحقائق التى تؤيدها، ويستبعد ما يضعفها، إذ لا ينبغى أن يخضع التجربة للفرض، وانما ينبغى أن يخضع الفرض نفسه للتجربة.

5- الاستنتاج السببى Causal Inference:

وهو يختلف عن الاستنتاج السببى لمعنى أحداث كل يوم، والاستنتاج السببى لمعنى أحداث كل يوم Cause in the everyday sense هو الذى يتضمن واقعة تحوى بوجه خاص تشكيلاً وتوجيهاً واضحاً لحركة الأشياء وسيرها بواسطة كائنات أو أشياء أخرى مثل فشل البنك بسبب شائعات لا أساس لها من الصحة عن حقيقة عملائه، تقييد الجليد لحركة مواصلات المدينة، وأيضاً عن الاستنتاج بالمعنى التاريخى، وكلاهما يشير إلى السبب فى حادث خاص، أحداث محددة الوقت والمكان.

ولكن الاستنتاج السببى علميا، أو التقارير السببية فى العلم تأخذ شكل تقارير عامة بدلاً من تقارير عن حدث مُعين محدد فى الوقت والمكان، مثال ذلك: "الأحباط يولد العدوانية" و"الحاجات والقيم تؤثر على عملية الادراك" فهى لا تشير إلى حدث يقع فى مجال زمانى أو مكانى محدد، بل تتخطى المكان والزمان.

والباحث العلمى مطالب بثلاثة أنماط من الأدلة قبل أن يفسر السبب ويقدم الاستنتاج السبى هى:

النمط الأول: دليل عن تغير مصاحب، أو أن المتغير السببى (المستقل) والمتغير التابع مرتبطان.

النمط الثانى: دليل أن المتغير التابع (التأثير) لم يحدث في وقت قبل المتغير السببى (المستقل).

النمط الثالث: دليل يستبعد عناصر أخرى كعوامل قد تؤثر على المتغير التابع (المعتمد).

ويلاحظ أن المحرر الصحفى مغرم عادة باستعمال كلمة "سبب"، خاصة فى الموضوعات الخاصة بالرأى والاستقصاء والتفسير ولكنه يستعملها بمفهوم (سبب كل يوم) و(السبب التاريخى) أما التفسير السببى الذى يقوم على الاستنتاج السببى، فيتطلب أن يسأل الصحفى نفسه كيف يستطيع الحصول على هذه الأنماط الثلاثة السابقة من الدليل، وأفضل أسلوب علمى لاختبار السببية هو التجربة المتحكم فيها... Controlled Experiment بسبب أنها تجمع فوراً برهاناً من كل الأنماط الثلاثة.

صحافة التحديد Precision Journalism

تجسد التطبيق العلمى لهذا التيار الصحفى الجديد الذى يدعو لاستخدام مناهج البحث العلمى الاجتماعى وأدواته فى العمل الصحفى، فى مدرسة صحفية بدأت فى أواسط الستينات من القرن العشرين هى "صحافة التحديد، دعا إليها ووضع أسسها النظرية وقدم تطبيقات مهمة لها فى الجرائد الأمريكية المحرر الصحفى Philip Meyer، الذى عمل أستاذاً للصحافة بجامعة نورث كارولينا، بدأ حياته كصحفى تقليدى، وكانت نقطة التحول فى حياته الصحفية حصوله على منحة زمالة فى جامعة هارفارد عام 1967، عاد بعدها ليعمل فى Kniqht كمراسل ومحرر قومى، وبدأ أيضاً فى تأليف كتابه "صحافة التحديد: مدخل المحرر الصحفى إلى مناهج العلم الاجتماعى" الذى نشر عام 1973 (وصدرت منه طبعة ثانية عام 1982) وأصبح فيما بعد دستور هذه المدرسة الصحفية، وتضمن الكتاب النقاط التالية: الحاجة إلى أدوات جديدة منها التعود الضرورى على استخدام الأرقام، التصورات (النماذج) واختبار الفرض، الإحصاءات، الحاسبات الاليكترونية، الدراسات المسحية، الاستقصاءات الجماهيرية، الاستقصاءات السياسية، استقصاءك الخاص، كيف تحلل وتعرض معلومات مسح، التجارب الميدانية، السجلات العامة، الوصول إلى الحالات، والكتاب مزود بمزيد من التوصيات فى هذا المجال وتفاصيل عن خطوات عملية معالجة البيانات بواسطة الحاسبات الاليكترونية.

وتقوم هذه المدرسة الصحفية – مدرسة صحافة التحديد – على جانبين مهمين:

الأول: الاستعانة بخلاصات وأدوات العلوم الاجتماعية - خاصة العلوم السلوكية فى تخطيط التحرك الصحفى، وفى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها.

الثانى: استخدام الحاسبات الاليكترونية - لكثرة البيانات التى يتم جمعها وصعوبة فرزها وتصنيفها يدوياً - فى عملية تحليل معلومات وبيانات الموضوعات الصحفية واستخراج العلاقات بينها.

وتضمنت هذه المدرسة الصحفية استخدام بعض التقنيات الأساسية للبحث العلمى الاجتماعى التى يمكن تصنيفها فى أربعة مجالات أو مداخل رئيسية:

المدخل الأول: الملاحظة بالمشاركة Participant Observation:

فعندما أرادت جريدة The Miami Herald أن تفحص وتتحرى عن ظروف وأوضاع مصحة الأمراض النفسية بولاية فلوريدا، قام محرر الشئون الطبية بالتنكر والحصول على وظيفة عامل فى المستشفى، وعمل لمدة أسبوعين 8ساعات يومياً بدون أن يعرف أحد حقيقته كصحفى، شارك خلالها فى حياة الناس الذين يلاحظهم من مرضى وعاملين وقد ألتحق بدون تدريب، وكان أجره قليلا، والعمل فوق طاقته وكان يهان من مرؤوسيه، ويستغل، وجاءت هذه الخبرات المباشرة، مع قراءاته الخلفية ومحادثاته مساعدة له فى مادة موضوع صحفى جيد، قد يكون من غير المحتمل الحصول عليها بالاعتماد على التغطية التقليدية وحدها.

لقد استعمل محرر الشئون الطبية هنا تقنية الملاحظة بالمشاركة، وهى تقنية يتنكر المحررون فيها للحصول على معلومات وبيانات من الصعب الحصول عليها بشكل طبيعى، وتتدرج موضوعاتها من التدريس فى المدارس، إلى جمع الخضروات، إلى ممارسة مهن معينة، ويستخدم علماء الاجتماع وعلماء النفس فى بحوثهم أيضاً هذه التقنية.

وتقنية الملاحظة بالمشاركة تساعد بشكل عام في رسم صورة دقيقة للمجال الذي يقوم الشخص بملاحظته، من منظـور مختلف يقل فيه الاعتماد على المصادر الرسمية ويشارك فيه المحرر، **وهنا توجد ميزتان تستحقان الإبراز:**

الأولى: أن الملاحظ بالمشاركة ينظر إلى البنى الانسانية، والتداخلات العديدة للظاهرة التي يراقبها، مراقباً فاحصاً ديناميات الصراع الداخلي والتغيير والاستقرار وهكذا يرى مؤسسات وعلاقات وجماعات وأفراد أثناء العمل.

الثانية: أن الملاحظ بالمشاركة يستطيع اكتشاف السلوك الطبيعي، الذي قد لا يعطي الحديث العادي الاجابة عنه، لأن المستجيبين ليسوا دائماً على وعي بسلوكهم الخاص أو أفكارهم، وقد لا يريدون مناقشـة نقطـة ما، أو يكونون غير قادرين على وضع أفكارهم في كلمات، والملاحظة بالمشاركة تساعد في التغلب على هذه العقبات خاصة أن غرض الملاحظ لا يكون معلنا.

ولكن هناك بعض العيوب لهذه التقنية ظهرت من خلال تجربتها أهمها:

أن مجرد وجود الملاحظ بالمشاركة يشكل عنصراً جديداً في الموقف، وهو لا يستطيع أن يكون متأكداً من أنه يؤثر أو لا يؤثر، ولكن الشيء المؤكد أنها عملية تؤثر بحد أدنى على السلوك الفعلي للملاحظين.

- إن الملاحظ – بشكل عام – غير قادر على أن يشهد بنفسه كل جوانب حركة أو تفاعل الجماعة، فهو بالضرورة يختار ما يشاهده وينتقيه، وموقع الملاحظ من الجماعة هو الذي يحدد ما يراه فقط، وهو يرى السلوك والحركة ويسمع الحوار ويلاحظ الممارسة، ولكنه لا يعرف التاريخ الاجتماعي للجماعة ولا دوافعها أو نواياها أو تصوراتها الذهنية.
- ان الملاحظ بالمشاركة لا يستطيع أن يفهم بشكل كلي هؤلاء الأفراد الذين يتم ملاحظتهم.

- ان الملاحظات يتم اخمادها من خلال عمليات التشويه الثنائية فى التعرض الانتقائى والاسترجاع.

ويثير استعمال الصحفى لتقنية الملاحظة بالمشاركة فى العمل الصحفى ثلاث قضايا أو مشاكل مهمه:

المشكلة الأولى: اختراق الخصوصية:

فالمحرر الصحفى الذى لا يقدم نفسه كمحرر، هو فى الحقيقة يتجسس على الناس الذين ليسوا على دراية بأنهم مراقبون، وهذا أمر قابل للمناقشة أخلاقياً، والبديل أن يقدم المحرر نفسه، وهنا تفقد هذه التقنية مزاياها - خاصة فى مجتمع قد يعم فيه الفساد والاستهتار بالقيم – وتزداد حساسية هذه المشكلة مع زيادة حساسية الموضوعات الملاحظة وخطورتها، وردود الفعل البعيدة التى قد تنجم عنها.

المشكلة الثانية: الانغماس:

فعلى المحرر الصحفى الذى يستعين بالملاحظة بالمشاركة - أن يلاحظ أو يأخذ فى اعتباره ألا يصبح منغمساً بدرجة كبيرة تجعله يغير مجرى الأحداث التى لا يلاحظها، وألا يفترض أن الذين يلاحظهم يشعرون بنفس ما يشعر به، فالرؤية من الداخل تختلف عن الرؤية من الخارج.

المشكلة الثالثة: التعميم:

يحذر العلماء من خطر التعميم على أساس ملاحظة محددة، ولكن المحرر الصحفى قد لا يعرف أو قد ينسى فى بعض الأوقات ويعمم من خلال ما لاحظه بالمشاركة – فى مكان على كل الأماكن المشابهة له.

خلاصة القول أن الملاحظة بالمشاركة هى تقنية بحثية وصحفية جيدة، لكنها محدودة تؤدى دورها بشكل جيد كمعاون للتقنيات المعيارية للمحرر الصحفى كالحديث الصحفى وفحص الوثائق بشكل منظم.

ومن نماذج استخدام هذه التقنية:

- "الأرض واريك ماتيوس" وهى سلسلة من تسعة موضوعات نشرت فى جريدة Detroit News فى مايو عام 1974.
- "دروس قاسية لمحرر التحقيقات عندما يرتدى زى ضابط مرور" موضوع نشر فى جريدة Toronto Globe and Mail فى مايو 1974 أيضا.

المدخل الثاني: التجربة الميدانية Field Experiment:

عندما أرادت وكالة الأسوشيتدبرس أن تتحرى عن كفاءة أداء الخدمة البريدية قامت مكاتبها المختلفة عبر الولايات المتحدة بإرسال خطابات بعضها إلى بعض عبر كل وسائل إرسال البريد، وكل درجاتها، مع ملاحظة الفروق فى توقيتات وصول هذه الخطابات.

وما قامت به مكاتب الوكالة يقوم به الباحث العلمي، وتسمى هذه التقنية "التجربة الميدانية" وهو نفس ما قامت به محررة Charlotte Observer عندما أرادت فحص أمانة المحلات التى تقوم باصلاح السيارات، فقامت بأخذ عربة فى حالة جيدة إلى محال عديدة، وغطت ما يقوله كل منها، وعيوب السيارة من وجهة نظرهم، وقيمة الاصلاح وتم الوصول إلى خلاصات حول أمانة هؤلاء القائمين على تلك المحلات.

جوانب التجربة الميدانية:

الجانب الأول: التصميم التجريبى Experimental Design:

فأساس التجربة الميدانية هو تشكيل أو توجيه متغير مستقل وملاحظة تأثيره على متغير تابع، وبعيداً عن تعقيدات التصميمات التجريبية هناك نمطان من التجارب تفيد المحرر الصحفى فى عمله:

النمط الأول يبدو فيه المتغير المستقل فى حالة واحدة فقط، ويهدف إلى عرض أن ظاهرة ما ذات أهمية حدثت أو لم تحدث.

أما النمط الثانى فيبدو فيه المتغير المستقل فى حالتين أو أكثر مختلفتين لكى نرى ما إذا كان التغير فى الظروف ينتج تغيراً مصاحباً فى التأثير.

الجانب الثانى: صياغة الفرض أو الفروض

Formulating Hypothesis

توجه الفروض صاحب التجربة، وتجبره على أن يكون دقيقاً بصدد العلاقة بين المتغيرات التى يدرسها، والعامل الذى قد يكون سبب المتغير المستقل، وكيف يمكن تشكيله، والعامل الذى يعتقد أنه قد يتأثر بواسطة المتغير التابع، وكيف يمكن قياسه؟

وصياغة الفرض أو الفروض تتطلب تعريف المتغير المستقل بشكل دقيق، وينبغى أيضاً تحديد المتغير التابع بشكل واضح، وأن يوضح بشكل جيد كيف سيتم ملاحظة المتغير التابع والتعرف عليه، وقياسه.

الجانب الثالث: التحكم فى التجربة

من خلال تثبيت كل المتغيرات فى الطرفين اللذين يتم مقارنتهما، عدا المتغير الذى يتم تشكيله أو توجيهه وهو المتغير المستقل.

الجانب الرابع: العشوائية Randomization

وتخدم وظيفتين مهمتين فى التصميم التجريبى:

1- أن القائمين بالاستقصاء (التجربة) إذا أرادوا التعميم على المجتمع على أساس تجربتهم، يحتاجون لاختيار المبحوثين بشكل عشوائى.

2- تكوين مجموعتين مختلفتين ومتعادلتين فى الوقت نفسه.

الجانب الخامس: الإحصاءات Statistics:

بعض التجارب الميدانية الصحفية لا تتطلب تحليلاً إحصائياً، ولكن هناك تجارب عديدة بسيطة يجريها الصحفيون، ويمكن أن تعالج إحصائياً باستخدام واحد أو أكثر من الاختبارات الإحصائية.

الجانب السادس: الأخلاقيات Ethics:

تثير التجارب الميدانية قضايا أخلاقية بسبب أن معظمها يجرى بدون وعى الأشخاص بأن تجربة ما تحدث، فى حين أن أحد الأسباب الأولية لإجراء تجارب ميدانية فى الحقيقة، هو ملاحظة ردود أفعال الأشخاص بدون أن يعوا ذلك.

والباحث العلمى، أو المحرر الصحفى، الذى يجرى تجربة ميدانية يحتاج إلى أن يزن بعناية ما إذا كانت تتضمن فقدانا فعليا لكرامة، أو تنطوى على أضرار سيكولوجية أو فسيولوجية للأفراد المتعرضين للتجربة.

والمعيار المفيد لهذا الجانب الأخلاقى هو تقدير ما إذا كانت التجربة الميدانية سوف تجعل شخصا ما يؤدى شيئاً لم يكن يقوم بتأديته بشكل عادى، فالتجارب الميدانية تختلف عن التجارب المعملية، فى أن الأشخاص - هنا - ليسوا على علم بمشاركتهم فى التجربة، لهذا يعنى علماء السلوكيات بوجه خاص بالتأكد من أن الأشخاص لا يتم الاضرار بهم فى تجارب ميدانية، والصحفى المخطط لتجربة ميدانية ينبغى أيضاً أن يعنى بذلك.

وتقنية التجربة الميدانية المتحكم فيها، تقنية مهمة ومفيدة للمحرر الصحفى لعدة أسباب:

أولاً: أنها التقنية الاقدر على عرض-علاقات السبب والتأثير، والمحرر الصحفى هو شخص ما من مهماته الأساسية معرفة الأسباب والتأثير، كما أن التحليل السببى هو أيضاً أساس للتغطية التفسيرية Investigative Reporting، وهى تقنية قوية لعرض السببية إذ أنها وبشكل فورى توفر ثلاثة أنماط من الأدلة أو البراهين التى يرى العلماء السلوكيون أنها ضرورة **لاظهار السببية:**

1- دليل على ارتباط المتغيرين المستقل والتابع.

2- دليل على أن المتغير التابع لم يحدث قبل المتغير المستقل.

3- دليل يلغي عوامل أخرى مثل الظروف المحددة الممكنة للمتغير التابع.

ثانياً: أنها تسمح للمحرر الصحفى – من خلال التجربة – بملاحظة سلوك شخص ما بدلاً من الاعتماد على تعبير الشخص اللفظى عن سلوكه، مما يجعل من الممكن التغلب على العيب الذى يترتب على استخدام الحديث الصحفى – وهو التقنية التقليدية للمحرر الصحفى – والمتمثل فى اقتصاره على تقرير لفظى يقدم القليل عن السلوك الحقيقى للشخص.

ولكن التجربة تتغلب على ذلك بوضع الشخص فى موقف، وملاحظة سلوكه الحقيقى، بدلاً من توجيه الأسئلة إليه عما يفعــل فى مثل هذا الموقــف، وقد يكون هذا مهما بشكل خاص عندما يقوم شخص ما بتقصى سلوكيات غير أخلاقية، غير قانونية، أو مرفوضة، ولا يقرها المجتمع، فقليل من الناس قد يعترفون – عند سؤالهم – بارتكابهم أفعال معينة، وللتجربة مزية أخرى تتمثل فى أن الناس ليسوا قادرين دائماً على التنبؤ بسلوكهم عند سؤالهم عن ذلك.

ثالثاً: أنها تسمح للمحرر الصحفى من خلال التجربة بملاحظة أحداث وسلوكيات ما كانت تحدث أو قد تحدث بشكل نادر، بدون هذه التجربة.

المدخل الثالث: تيار الدراسة المنظمة للوثائق

Systematic study of records

حين أراد كل من James Steele وDonald Barlette المحرران بجريدة Philadelphia Inquirer عام 1972 اكتشاف كيفية سير نظام المحاكم، وهل يتساوى البيض والزنوج فى الأحكام نفسها، إذا تساوت جرائمهم، كان أمامهما الشكل التقليدى، وهو سؤال القضاة والمهتمين وفحص بعض السجلات ولكن المحررين سلكا طريقاً آخر مستفيدين من المنهج العلمى، فقد انطلقا لمدة أربعة شهور فى البحث فى سجلات مدينة فيلادلفيا فاحصين آلاف الوثائق التى تتضمن المجالات المختلفة لاختيار العينة، وقررا التركيز على جرائم القتل والاغتصاب والاعتداء فى فيلادلفيا خلال عامين،

وشملت العينة 1374 حالة (قضية) وصمم المحرران استمارة لتوثيق المعلومات، ووفقا لفئات محددة تم تصنيف المادة، وتفريغها فى هذه الاستمارة، وتغذية الحاسبة الإليكترونية بكل هذه الاستمارات، إذ خصص لكل حالة بطاقة زود بها الحاسب الاليكترونى، وأمكن عن طريق ذلك الحصول على جداول متداخلة البيانات Cross tabulating، فى حين أن عملية الحصول على هذه البيانات كانت تستغرق شهوراً - وربما سنوات من عمل المحررين للتوصل إليها بطرق أخرى، وفى النهاية حصل المحرران على 400 ورقة تمثل نتائج تحليلات الحاسب الاليكترونى للأحاديث التى تم أجراؤها مع المهتمين والضحايا والقضاة والمحامين.

وظهرت نتائج هذا الجهد فى موضوع نشر على حلقات لمدة 8 أيام بعنوان "الجريمة والعدل"، وكشف هذا الموضوع - من بين ما كشف - أن الأحكام فى حالة الجرائم التى تقع فى المؤسسات التجارية تكون أقسى منها فى حالات الجرائم التي تقع فى أماكن أخرى، وأن حالات براءة المدعى عليهم من الزنوج كانت أكثر حين كان القضاة من الزنوج، وأن المتهمين من الزنوج يحكم عليهم بأحكام أقسى من البيض الذين يرتكبون جرائم مشابهة، وأن الأحكام تكون أشد قسوة فى حالة المتهمين الزنوج والضحايا البيض، عنها فى القضايا التى ينتمى فيها المتهم والضحية للجنس نفسه.

وقد استخدم هذه التقنية منذ مدة طويلة علماء السياسة، المؤرخون وباحثون آخرون فى ميادين علم الاجتماع، أما استخدام الصحفيين لها فمازال محدوداً وأن كان ينمو باضطراد.

وتسمح هذه التقنية للمحررين والقراء بالوصول إلى خلاصات مبنية على قاعدة صلبة من المعلومات، لاعلى مزيج من الحديث أو الملاحظة داخل حجرة المحكمة مثلاً لأنها تعتمد على المصادر الأصلية وتستخدم المنهج الكمى مستعينة بالحاسبات الاليكترونية ولكن يعيبها أنها تحتاج إلى وقت وتمويل كاف، وينبغى أن يقتنع رؤساء التحرير والناشرون بأن العائد منها سوف يكون مساوياً للوقت والجهد والمال قبل الموافقة على إجرائها.

وأداة الدراسة المنظمة للوثائق هى تحليل المضمون Content analysis وتتعدد تعريفات تحليل المضمون، واشهرها تعريف Bernard Berison "ان تحليل المضمون هو أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعى والمنظم والكمى للمحتوى الظاهر لعملية الاتصال" ويقترب منه تعريف Kerlinger "أن تحليل المضمون هو منهج أو أسلوب لدراسة وتحليل الاتصال في شكل موضوعى وكمى بغرض قياس المتغيرات"، بينما يعرفه كل من Wiennr, Walizer بأنه "أى إجراء منظم يتم اتباعه لفحص المحتوى المسجل للمعلومات"، ومن التعريفات الحديثة لتحليل المضمون والأكثر ملاءمة لوظيفته هنا – وهى الدراسة المنظمة للوثائق – تعريف Ole Holsti لتحليل المضمون بأنه تقنية بحث للوصول إلى استنتاجات من خلال التعرف الموضوعى المنظم على السمات المحددة للرسائل".

وتؤكد التعريفات المتعددة لتحليل المضمون على ثلاثة متطلبات أساسية ينبغى توافرها لنجاحه وهى: مطلب الملاحظة المنظمة، مطلب الملاحظة الموضوعية مطلب الاستنتاجات.

ولعل جوهر تحليل المضمون – بخطواته المتعددة كأداة لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها – أنه يساعدنا فى التوافق مع فيضان الكلمات فى السجلات والوثائق والتقارير فالصحفى – على سبيل المثال – يعيش فى بحر من الكلمات فهو يستعمل الكلمات ليخبر الآخرين ويروى لهم ما يعتقده، ويراه، وفى المقابل تخبره كلمات الآخرين، ووثائقهم وتروى له ما يفكرون فيه، وما يشعرون به، فالكل مهتم بتأثير الكلمات.

المدخل الرابع: استقصاءات الرأى العام Public Opinion Polls

عندما أرادت جريدة Louisville Courier Journal أن تكشف الاتجاهات والمشاعر الفعلية للمواطنين نحو تقسيم المناجم فى المناطق المخطط لتقسيمها فعليا، حاولت سؤالهم ولكنها لم تقم بسؤالهم كلهم بالطبع، لأن هذا سيكون شيء غير عملى،

بل أخذت عينة من 600 شخص تم اختيارهم بشكل عشوائى كعينة ممثلة للسكان الراشدين فى 10 مناطق منتجة للفحم، وتم توجيه الأسئلة إليهم عن طريق مؤسسة استقصاءات Polling firm وتم جدولة النتائج وتحليلها ونشرها.

وفى الوقت نفسه، تقوم الجرائد والمجلات وشبكات الإذاعة ومؤسسات الاستقصاء المستقلة بقياس الرأى بصدد أى قضية أو موضوع معين، بدءاً من تفضيلات أنواع معينة من الأطعمة على مائدة الإفطار، إلى مرشحى الرئاسة المفضلين.

وقد تجرى الجريدة هذه الاستطلاعات عن طريق قسم خاص بها، أو تعهد بها إلى مؤسسة متخصصة فى هذا العمل، أو تكتفى بنشر تقرير عن نتائج استقصاءات قامت بها مؤسسات أخرى.

واستقصاءات الرأى العام بمفهومها البدائى تستعمل بشكل متسع منذ منتصف القرن التاسع عشر، فيما عرف بحديث رجل الشارع man in the street interview وهو تقليد صحفى عتيق استعمل ومازال يستعمل عندما تتفجر قصة صحفية مهمة، فيتم توجيه أسئلة لعدد من الناس مثل سؤال بعض المارة عن مشاعرهم بصدد اغتيال أحد القادة السياسيين، أو المرشحين المفضلين لهم فى الانتخابات القادمة، أو أى موضوع آخر يرد على ذهن المحرر أو رئيس التحرير.

الخطوات الأساسية لتقنية استقصاء (أو مسح Survey) الرأى العام:

الخطوة الأولى: تحديد أهداف الدراسة فى شكل أسئلة أو فروض.

الخطوة الثانية: تحديد مجتمع البحث أو الأشخاص أو المستجوبين أو الذين يراد استقصاء رأيهم.

الخطوة الثالثة: تحديد عينة البحث من المجتمع الأصلى.

الخطوة الرابعة: تحديد أسلوب جمع المعلومات، **ومنها:**

1– المباشر (المواجهى) face to face

2- عن طريق التليفون Telephone

3- عن طريق البريد Mail

4- عن طريق البريد الاليكترونى E-mail

وأحيانا تنشر الصحف النص الكامل للاستقصاء على صفحاتها لأكثر من مرة وتنتظر الردود.

الخطوة الخامسة: إعداد الأسئلة المحورية أو المركزية Facal questions والأسئلة التابعة لها، التى تكشف عن إجابات لأسئلة الاستقصاء، أو تسعى لإثبات أو نفى فروضه.

الخطوة السادسة: إعداد صحيفة أو استمارة الاستقصاء وتطويرها ومراجعتها فى شكلها النهائي وترتيب الأسئلة، والتعليمات، ومراجعة أسلوب الصياغة وطول الأسئلة.

الخطوة السابعة: الاختبار القبلى للاستمارة Pretesting، وتعديلها ان لزم الأمر.

الخطوة الثامنة: اختيار القائمين بعملية الاستقصاء (المستجوبين أو الباحثين)، وتدريبهم وإعطائهم التوجيهات اللازمة بصدد الاستقصاء.

الخطوة التاسعة: جمع البيانات من خلال الميدان والمراجعة الميدانية لها.

الخطوة العاشرة: مراجعة الاستمارات (صحف الاستبيان) مكتبياً.

الخطوة الحادية عشر: تفريغ البيانات فى جداول هيكلية، وحساب تكراراتها يدويا ، أو بالاستعانة بالحاسبات الاليكترونية.

الخطوة الثانية عشر: تحليل البيانات وتفسيرها وعرضها فى جداول أو دوائر أو أى رسوم توضيحية أخرى، والبحث عن مؤشرات، ثم كتابة تقرير عن الخلاصات النهائية.

تغطيــة استقصـاءات الــرأى العــام:

أياً كانت الجهة التى قامت بعملية استقصاء الرأى العام، فهناك قواعد لتغطية أو كتابة تقرير إخبارى أو أى موضوع صحفى عن هذا الاستقصاء، أهمها أن يجيب المحرر الصحفى فى تغطيته للاستقصاء على هذه الأسئلة، التى يرى الباحث الاتصالى الأمريكى ليوبوجارت أنها كافية لتغطية كافة جوانبه وهى:

1- من قام بتمويل الاستقصاء؟

2- من هم الذين تم توجيه الأسئلة إليهم، أو ما هو مجتمع البحث وعينته؟

3- كيف تم اختيار المستجيبين، أو كيف تم تصميم العينة؟

4- ما مدى دقة الاجابات، وما هو الحجم المقدر لخطأ المعاينة؟

5- ما عدد الأشخاص الذين تم توجيه الأسئلة إليهم؟

6- من قام بعملية توجيه الأسئلة إلى الأشخاص؟

7- كيف تم اجراء الاستقصاء؟ أو ما هو أسلوب جمع المعلومات؟

8- متى تم إجراء الاستقصاء؟

9- ما هى الأسئلة الفعلية التي تم توجيهها؟

10- كيف تم تفريغ صحف الاستقصاء وتحليل البيانات؟

ثانيا : الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية

من المبادئ الأساسية فى الفكر الصحفى أن الخبر مقدس فى حين أن الرأى حر وأن الصحف عامة ينبغى أن تفرق وتميز وتفصل بين الأثنين، فالخبر موضوعى، والرأى حر بشرط أن يكون ذلك خارج الأعمدة الإخبارية.

ولكن الأخبار والآراء لم تكن منفصلة دائما ى الصحف، خاصة الصحافة الأمريكية.

فرؤساء التحرير الأوائل فى عهد المستعمرات، كثيرا ما تحيزوا لقضايا معينة فى الأعمدة الإخبارية حيث لم تكن هناك أعمدة رأى أو صفحات للرأى، ثم زاد هذا التحيز، دمج الرأى بالخبر مع تطور النظام الحزبى بعد الثورة، وتبنى الدستور القومى.

وحفلت جرائد الأحزاب فى الولايات المتحدة الأمريكية فى نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر بالدعاية النشطة، والتغطية المتحيزة، إلى درجة أن عددا من المؤرخين وصفوا هذه الفترة بأنها العصر المظلم للصحافة الأمريكية.

وبذلت بعد ذلك بعض الجهود لفصل الرأى عن الخبر، وتوصلت إلى قدر من الموضوعية مع بداية الثلاثينات من القرن التاسع عشر، وتم تغطية معظم أخبار الحرب الأهلية بشكل أكثر موضوعية، واعتمادا على الحقائق الخاصة بجانبى الصراع.

وشجع اتساع نشاط وكالات الأنباء، التى حرصت على الموضوعية بحكم أنها تخدم جرائد عديدة وعملاء لهم آراء متباينة، وتطور جرائد أكثر احساسا بالمسئولية فى سياساتها التحريرية مثل جريدة New York Sun, New York World على الفصل بين الأخبار والآراء، ويؤكد المؤرخون على دور وكالات الأنباء فى التأثير على أسلوب تغطية الجرائد الأمريكية لاخبارها، من خلال اصرار الوكالة على الموضوعية، وظهر ذلك فى تطويرها للمقدمات الاخبارية الملخصة، واستخدام أسلوب الهرم المقلوب لتضع الحقائق الأكثر أهمية أولا فى قصصها.

وقد شجع اختفاء جرائد عديدة وبروز ظاهرة اندماج الصحف بعضها ببعض على فصل الأخبار عن الآراء فالتحيز فى أعمدة الأخبار يمكن أن يكون مبرراً فى المجتمعات التى تتعدد فيها الجرائد ويصبح فى مقدور القراء الاختيار بينها حسب اتجاهاتهم الشخصية، إلا أن وجود جريدة وحيدة فى المدينة يلقى عليها مسئولية ضخمة، إذ ينبغى ألا تكون متحيزة، وأن تفصل آراءها عن تغطيتها الإخبارية.

وقد أدى الالتزام الدقيق بالموضوعية إلى نشر بعض الأعمدة الإخبارية متضمنة حقائق فقط، إلا أن هذه الحقائق لم تكن مفهومة، ومن هنا سمحت الجرائد - بدعوى الموضوعية - لبعض الشخصيات العامة بتفسير هذه الحقائق، وأدى هذا فى حالات كثيرة إلى تشويهها فى الوقت الذى دافعت فيه الجرائد عن نفسها بأنها تنقل عن هذه الشخصيات بدقة، وأدى هذا كله فى العشرينات والثلاثينات من القرن العشرين إلى زيادة الحاجة إلى التفسير أو إلى معلومات خلفية أو تفاصيل تساعد فى التغطية الإخبارية.

التغطية التفسيرية Interpretative Reporting

التغطية الصحفية أو التغطية الاخبارية هى العملية التى يقوم خلالها المحرر الصحفى بالحصول على معلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما، انها اجابة عن كل الأسئلة التى قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح وتقييم هذه المعلومات ثم كتابتها بأسلوب صحفى مناسب، وهى تنقسم من حيث توقيت حدوثها إلى:

التغطية التمهيدية، والتغطية التقريرية، وتغطية المتابعة.

وقد أدت التطورات التكنولوجية الهائلة والكساد وظهور الحكومات الضخمة إلى الحاجة إلى تقديم خلفيات ومعلومات تساعد على فهم الأحداث، ومن هنا ظهر ما عرف بالتغطية التفسيرية Interpretative Reporting وأصبحت الجرائد تقوم بهذا النوع من التغطية متفقة فى ذلك مع محررى المجلات الاخبارية ومعلقى الراديو والتليفزيون فيما بعد.

وتقوم التغطية التفسيرية على أساس التحليل السببى Causal analysis أو على حد تعبير استاذ الصحافة Curtis Mc. Dougal: "من الضرورى لتفسير الأخبار فهمها، والفهم يعنى أكثر من مجرد القدرة على تعريف المصطلحات أو الأدوات أو

الألفاظ التى يستعملها أشخاص فى مناحى مختلفة من الحياة ويتضمن ذلك تمييز الحدث الخاص كواحد من سلسلة أحداث له سبب وتأثير".

ويتفق أيضا كل من أستاذ الصحافة Mitcell V. Charnely مع Harold Nelson بجامعة ويسكنسن على أن التغطية التفسيرية هى "صحافة تقوم على السبب والتأثير" أو هى "ذلك النوع من التغطية الصحفية الذى يقول أن الأسباب التى تؤدى إلى الحدث الاخبارى هى .... و .... و .... أو (و) نتائج هذا الحدث الاخبارى هى .... و .... و ....".

وفى هذا النوع من التغطية تتدرج عملية التفسير أو وضع الموضوع فى إطار: من تعريف كلمة إلى فقرة أو أكثر، إلى قصة أو أكثر متصلة، وتزود عديد من الوكالات الصحفية (وكالات الأنباء ووكالات الخدمات المتخصصة) الصحف بمزيد من التغطية التفسيرية والتحليلات، ولكن هذا الأسلوب فتح الطريق أمام توغل جديد للرأى داخل القصص الاخبارية، وأمام ذلك يصر بعض المحررين الممتازين على ضرورة التمييز بين الحقائق (الأخبار) وتفسير تلك الحقائق أو التعليق عليها (الرأى).

فالتغطية التفسيرية – على سبيل المثال – بجريدة New York Times وهو الصحفى Lester Markel هى: "الاحساس الأعمق بالأخبار أو وضع حدث خاص فى التيار العام للأحداث: أنه اللون، الجو، العناصر الانسانية التى تعطى معنى لحقيقة معينة، ان التغطية التفسيرية باختصار هى:

"بناء، تتابع، بالإضافة إلى مغزى" وعلى ذلك فعندما يتم تعيين مجلس وزراء جديد فإن التغطية الاخبارية (غير التفسيرية أو الموضوعية مائة فى المائة) تنشر أن المجلس قد تم تعيينه، أما التغطية التفسيرية فتنشر لماذا أتخذ مثل هذا القرار؟، وهذا ما تميزت به تغطية أخبار العدد الأسبوعى من جريدة New York Times.

ويلخص الكاتب الصحفى Herbert Brucker الفرق بين التغطية التفسيرية والرأى فى الاجابة على سؤالين: هل المحرر يعمق الحقيقة ويغص فى جوهر الحدث

جامعا كل الحقائق المتصلة به والتى يستطيع الحصول عليها؟ أم أن المحرر يناقش بشكل صريح القضية، ويطرح وجهة نظره؟

التغطيــة الاستقصــائيــة Investigative Reporting

حينما توسعت الجرائد فى الابراز والتركيز والتحرى عن قضايا معينة أو موقف أو أمور تحدث فى المجتمع، خاصة جوانب الانحراف والفساد، نشأ لون جديد من التغطية الصحفية سمى بالتغطية الاستقصائية، وسمى محرروه بالـ Muck rekers أو المنقبون عن الفساد وقد أطلق هذا الأسم أساساً على مجموعة الصحفيين الذين قادوا حملات صحفية مهمة ضد الفساد خاصة عام 1902، حين أدى التوسع الصناعى السريع بعد الحرب الأهلية الأمريكية إلى الكثير من أنواع الظلم والشرور وكانت الاحتكارات موضع قلق عام ورأى فيها بعض المراقبين تحالفاً غير سديد بين التجارة والسياسة وأعتمد هؤلاء الصحفيون (المنقبون عن الفساد) فى حركتهم الصحفية على نشر التحقيقات الصحفية الكاشفة المبنية على وثائق رسمية وخاضعة لمراقبة الخبراء، وبرزت حركة المنقبين عن الفساد كقوة مهمة سنة 1906 ثم أخذت تنحسر بعد ذلك بعامين، ثم بلغت ذروة النجاح سنة 1911 مرة أخرى ثم تبددت سنة 1912 فقد ملها الجمهور، ولكثرة الضغوط المالية على بعض الصحف، كما بدأ اصلاح بعض المساوىء التى تم كشفها، وينسب إليها – كحركة لكشف الفساد وفضحه – دوراً مهماً فى عدد من الإصلاحات تجلت فى إصدار قانون على مستوى الحكومة الاتحادية حول الغذاء النقى، قوانين تشغيل الأطفال، قوانين تعويض العمال، نشاطات لجنة التعريفة الجمركية وتحقيقات الكونجرس.

وتحاول الصحف الأمريكية – بشكل متزايد – أن تشجع المحررين ذوى الخبرة على التحرر من القصص الروتينية حتى يستطيعوا معالجة القضايا والموضوعات ذات المغزى التى تتطلب وقتا أكثر وخبرة.

ومن أشهر نماذج التغطية الاستقصائية التى قدمها كل من المحررين Bob Wood Ward و Carl Bernstein بجريدة الـ Washington Post اللذين نجحا

فى كشف تورط الرئيس الأمريكى نيكسون Richard B. Nixon فى فضيحة التصنت على مقر الحزب الديمقراطى، التى أدت فى النهاية إلى استقالة نيكسون بعد إدانته هو وكبار معاونيه سنة 1974 .

ومن نماذج التغطية الاستقصائية فى الصحافة الأمريكية، التى استعانت بالحاسبات الاليكترونية تلك التحقيقات المسلسلة التى أعدها Joseph Albriqht، والتى بدأت عمليات اعدادها أو تغطيتها ليلة 31 مارس سنة 1981، وهى الليلة التى تعرض فيها الرئيس الأمريكى ريجان Ronald Reagan لمحاولة اغتيال، فقد علم المحرر وهو مراسل صحف Cox فى واشنطون من مصدر فى المباحث الفيدرالية أن البندقية التى تمت بها محاولة الاغتيال من نوع (RG. I4) وهو نوع لم يسمع به المحرر من قبل، وعلم أيضا أن أجزاء هذه البندقية تم جمعها فى ميامى من قطع وأجزاء مصنوعة فى الخارج وفى الأسبوع التالى بدأ كل من: المحررين العاملين فى مجموعة صحف Cox، فى اعداد تحقيق صحفى عن البنادق اليدوية، سعوا فيه للبحث عن اجابات حول عدد من الأسئلة هى: سمات هذه البنادق وأحجامها وأسعارها ومصادرها وأساليب تشغيلها وصيانتها وصناعتها وموزديها، وأساليب الحصول عليها، ونوعية الجرائم التى تستخدم فيها، وعندما حاولوا الحصول على إجابات من الأجهزة والهيئات الرسمية التى تملك هذه الاجابات، لم يجدوا ما يرضيهم وتوقفوا لفترة، ثم علموا من مصدر بالشرطة أن هناك سجلات للبنادق اليدوية فى وزارة الخزانة الأمريكية ولكنها مخزنة بلغة الحاسبات الاليكترونية ومحمية من الفتح وحصلوا على نسخة من هذه الأشـــرطة.

وبدأت مرحلة الرغبة فى تفسير هذه الأشرطة أو ترجمة المعلومات الموجودة عليها إلى لغة مفهومة، أو فتح البرنامج وأخذ Joseph Albriqht الشريط إلى صديق له فى شركة خدمات حاسبات اليكترونية بالقرب من واشنطون، وعلم منه أن لغة تخزين المعلومات على هذا الشريط مميزة لأغراض تتصل بالأمن القومى، ولهذا فهى غير مفهومة لأنظمة الحاسبات الاليكترونية التى تستعملها المؤسسات المدنية، ولكن Albriqht لم ييأس وحاول فى أكثر من مكان، حتى نجح فى ترجمة الشريط إلى لغة

حاسبة اليكترونية (ترميز) قابلة للعرض، وقام، خبير فى الحاسبات الاليكترونية بمعالجة الشريط، وهنا أصبح لدى المحرر مادة خام لموضوعه.

وكشفت محتويات هذا الشريط عن 15 نوعا من البنادق الآلية، وعلاقتها بالجرائم فى 18 مدينة أمريكية، وعن كل الخلفيات الإدارية والاقتصادية الخاصة بها، وبدأ المحررون فى كتابة موضوعهم على ست حلقات نشرت من 6 إلى 11 سبتمبر عام 1981 بعنوان: "القتلة ذو الانوف الغطساء The Snubnosed Killers وكشفت هذه التحققات عن الشركات والأشخاص الذين يصنعون أو يستوردون المعدات والأسلحة المختلفة التى تستعمل فى الجرائم وأحداث العنف والشغب والمظاهرات، وسمات هذه الأسلحة واعدادها وأساليب الحصول عليها.

وقد انتشر هذا النوع من التغطية فى السبعينات من القرن الماضى لأسباب عديدة منها:

الدعم المالى الذى حصلت عليه، إذ كان التخطيط لذلك قد بدأ منذ عام 1968 بشكل غير منتظم وأصبح هناك منظمة أو مؤسسة أو صندوق مستقل هو Fund of investigative Journalists تموله أساسا المؤسسات والأفراد، ونجح هذا الصندوق فى تمويل أكثر من 60 مشروع تغطية استقصائية خلال الفترة من سبتمبر عام 1971 حتى سبتمبر عام 1973، بعضها لم ينشر فى شكل تحقيقات صحفية مباشرة ولكنه كشف عن أوجه نشاط قابلة للمناقشة تتصل بالأوضاع المريبة فى النشاط الاقصادى أو الحياة السياسية، وعن فساد الحكومة وأشياء أخرى، ومن أفضل هذه الاستقصاءات أو التحقيقات أو التحقيقات الكاشفة التى نشرت، ما أعده المحرر Seymour. M. Harsh عن مجزرة ماى لاى، التى قام بها الجنود الأمريكيون أثناء حرب فيتنام ونال عنه جائزة بوليتزر.

وجائزة بوليتزر هى أرفع الجوائز قيمة فى الولايات المتحدة وتعطى فى أربع مجالات هى الصحافة، الأدب، الموسيقى والخدمة العامة، وتنسب إلى الصحفى

الأمريكى الكبير Joseph Pulitzr (1847-1911)، وهو مجرى الأصل، هاجر إلى الولايات المتحدة وأسس فيها عام 1878 جريدة St. Louis Post Dispatch وفى عام 1883 اشترى جريدة The World وجعلها جريدة ناقدة كاشفة عن الفساد من خلال الحملات الصحفية العنيفة، وسجلت أعلى أرقام توزيع فى عصرها.

وقد أوصى Joseph Pulitzr قبل وفاته عام 1911، بان تستغل تركته البالغة 2 مليون دولار فى انشاء مدرسة عليا لتعليم الصحافة بجامعة كولومبيا بمدينة نيويورك، وأن تبدأ المدرسة بعد خمس سنوات من عملها فى توزيع جوائز لمن يسهمون فى تطوير الصحافة، والأدب، والموسيقى والخدمة العامة. وتم تأسيس المدرسة عام 1912، وبدأت فى أعطاء الجوائز عام 1917 .

وتمنح جائزة بوليتزر فى الصحافة فى 12 مجالاً هى: التغطية الاستقصائية المحلية، التغطية القومية، التغطية المحلية، المراسلة الدولية، كتابة الموضوع الصحفى، كتابة مقال الرأى، الكاريكاتير، الصور الأخبارية، صور الموضوعات الصحفية وموضوعات الخدمة العامة، كتابة التعليق، مجالات خاصة غير محددة مسبقا .

وفى عام 1976 تأسس اتحاد المندوبين والمحررين الاستقصائيين Investigative Reporters and Editors. (IRE) كجماعة أو تجمع صحفى - لا يهدف إلى الربح- على يد مجموعة من المحررين الاستقصائيين لتشجيع الصحافة الاستقصائية وتنميتها، وخطط لتطوير مركز للموارد يضع خدمات معلومات ونشرة اخبّارية عن الموضوعات الاستقصائية، إلى جانب دليل للخبراء وخدمات أخرى.

فى نهاية عام 1976 شكلت الجماعة فريق عمل صحفى بقيادة محرر جريدة Newsday الشهير Robert Green، لاجراء تغطية استقصائية عن الجرائم التى أدت إلى اغتيال Don Balles محرر جريدة Arizona Republic الذى كان يقوم باستقصاء نشاط الجريمة المنظمة فى ولايته (أريزونا) ووضعت قنبلة فى سيارته.

وقاد Robert Green فريق العمل الاستقصائى الذى ضم 36 محرراً من جرائد ومجلات ومحطات من مختلف أنحاء الولايات المتحدة، وانتهى الاستقصاء بنشر 23 موضوعا عن الجريمة فى ولاية أريزونا، وقادت تلك الموضوعات المسئولين إلى اتخاذ عديد من القرارات والإجراءات بصدد الجريمة وبذلك استكمل المحررون الاستقصائيون الموضوع الذى اغتيل Don Balles بسببه.

وفى عام 1979 افتتحت Investigative Reporters and Editors, Inc مركز بول ويليامز التاريخى للتغطية الاستقصائية بجامعة ميسورى، وأعلنت عن خطط لتطوير الاستقصاء، وعن جوائز جديدة لأفضل المحررين الاستقصائيين.

وتستخدم التغطية الاستقصائية الآن بشكل متسع فى مجالات كشف الفساد فى المجتمع والنقد، وتقديم الرؤية الاستقصائية الشاملة التى لا يستطيع الراديو أو التليفزيون القيام بها وقد صاحب هذا نمواً متزايداً فى توظيف الحاسبات الاليكترونية لأغراض تصنيف المعلومات والبيانات الكثيرة التي يحصل المحررون الاستقصائيون عليها وتحليلها بشكل يساعدهم على الوصول إلى خلاصات كمية دقيقة منها.

وقد ساعد على هذا انتشار استخدام المؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة للحاسبات الاليكترونية فى تخزين المعلومات وتصنيفها واسترجاعها، مما اتاح امكانية الحصول عليها بنفقات قليلة أو بدون نفقات على الإطلاق.

ثالثا : تيار صحافة الخدمات:

وصحافة الخدمات كتيار صحفى، من التيارات الصحفية التقليدية فى الصحافة، إلا أنها تطورت وتغيرت منذ السبعينات فى القرن الماضى.

وقد كانت تغطية موضوعات أو شئون الخدمات Service Reporting فى الستينات من القرن العشرين محددة ببعض المجالات مثل: صفحات وجبات الطعام (طبق اليوم)، برامج الراديو والتليفزيون، كشف الطالع، الالغاز، الكلمات المتقاطعة، الأفلام السينمائية، أى الموضوعات التى تفيد القارئ فائدة مباشرة وتتعلق بفائدته

الشخصية فى حياته اليومية، أى أنها صحافة الفائدة أو كيف تؤديها أو تصنعها بنفسك؟ Utility or do it yourself? ، وذلك فيما يختص بأوقات الفراغ والرحلات والكتب والمسرح والسينما والأزياء والطعام وفلاحة البساتين وشئون المستهلك، العناية بالطفل، الصحة، وما شابه.

وأضيف لذلك فى السبعينات من القرن الماضى ما يمكن أن نطلق عليه "روح الخدمات" داخل معظم الموضوعات الصحفية، وهذا يعنى أن موضوعات "الخدمات" لم تعد مقصورة فقط على أقسام معينة داخل الجريدة.

لقد أصبحت صحافة الخدمات – بالنسبة للبعض – أسلوبا فى التخطيط أو التوجيه أو التحرك الصحفى، يحرك سلوك الصحفى من البداية ويجعله يفكر فى خدمة القارىء من خلال معالجته أو تغطيته الصحفية، مما يؤثر على نوعية مصادره ومعلوماته الصحفية والأسئلة التى سوف يوجهها إلى هذه المصادر ومداخل المعالجة الصحفية، وتقييم الموضوع الصحفى.

ويرجع نمو مفهوم صحافة الخدمات وتطوره فى نهاية السبعينات وبداية الثمانينات إلى عدة أسباب:

أولاً: أن الناشرين والمحررين قد أصبحوا على وعى بأن القارئ العادى يسعى إلى الاستفادة أو الحصول على عائد حالى، يتفق مع تفسير شرام لسيكولوجية تقبل القارئ للأخبار ورضاه عنها حيث وصفها بأنها تلك التى يشعر القارئ أنها تعطيه منفعة حالية ولا تتطلب منه بذل جهد كبير، وتفيده فى حياته اليومية ويستطيع استعمالها وتطبيقها، وبدأت مظاهر هذا الوعى بظهور موضوعات المعالم Features ذات المضمون الخدمى فى المجلات، ثم انتقال موضوعات الخدمات إلى الجرائد وانتشارها.

ثانياً: أن القارئ يحصل على الخبر بمجرد أن يذيعه الراديو، ثم يحصل عليه مرئياً مسموعاً من خلال التليفزيون، ثم تقدم له الجريدة فى اليوم التالى تفاصيله وأبعاده

وتحلله وتعلق عليه، ثم تأتى المجلة لتضع هذه الأخبار فى إطارها المكانى والزمانى، وتربطها بما سبقها ولحقها من أحداث وتدرسها دراسة عميقة متأنية تقدم خلاصاتها فى تقارير عميقة، وهكذا تحاصر وسائل الإعلام كلها القارىء فى المنزل وتستولى على وقت فراغه، وتبقى مشكلة مهمة وهى أين يحصل على خدمات عادية صحية اقتصادية، استهلاكية، اصلاح المنزل، شراء سلعة، مواجهة مشاكل الحياة اليومية، وهنا وجدت الصحافة (جرائد ومجلات) الفرصة سانحة لها كى تحل هذه المشكلة دون منافسة إلا من أنظمة الفيديو تيكست والانترنت حاليا.

ثالثاً: أن بحوث المقروئية – قد قدمت مؤشرات مهمة منها أن كل القراء لا يهتمون بنفس الأشياء، فالصغار لا يفكرون بالضرورة مثل الكبار ومجال الاهتمام الذى ينبغى التركيز عليه اليوم وغدا هو: شباب اليوم، قراء جريدة الغد، فقد أشارت دراسة مولتها الجمعية الأمريكية لناشرى الصحف: ANPA إلى فروق فى تفضيلات جماعة السن من 21 – 34 سنة، وجماعة السن أكثر من 35 سنة، فصغار السن من 21 – 34 سنة يفضلون على سبيل المثال موضوعات الخدمات مثل: معلومات استهلاكية، مدارس وتعليم، كيف تصنعها؟ عروض أفلام وقوائم وصور، فى حين أظهرت فئة السن نفسها اهتماما أقل بالموضوعات ذات المحتوى التقليدى مثل الأخبار المحلية، الأخبار القومية، مادة الرأى.

كما أسفرت حلقة نقاش عقدها الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف: ASNE عن الصحافة وعلاقتها بالجمهور، وأساليب خدمته عن المؤشرات التالية:

- أن الجرائد تستطيع زيادة عدد نسخها المباعة بإعطاء معلومات مفيدة إلى القارئ (المستهلك) فيتمكن من استيعابها والاعتماد عليها فى سلوكه.
- أن الجرائد ينبغى أن توجه اهتماما أكبر لبعض الموضوعات التى يعنى بها القراء وتتصل بالطريقة التى يمكن أن يحصلوا بها بشكل مباشر وجيد على السلع والخدمات المختلفة كشراء سيارة وإصلاح أجهزة وطلاء منزل.

- أن الجرائد ينبغى أن تعطى اهتماما أكبر للموضوعات التى تهم القراء الأكبر سنا والأكثر عددا ، من خلال ركن تخصصه الجريدة للمحالين إلى المعاش يقدم لهم أساليب التسلية، الوجبات المناسبة، الهوايات الرياضية المفيدة، وهذا الركن قد يصبح مقروءاً عن الفضائح الجنسية والجرائم.

وقد أكدت دراسات مؤسسة Dallas, Inc على أن الجرائد ينبغى أن تزود القارئ بمعلومات أكثر أفادة له، ووصف رئيس المؤسسة الثورة الجديدة التى ينبغى أن تسود تحرير وكتابتها، وتخطيط عملها اليومى وتوجيه محتواها بأنها تلك التى تخصص مساحات أكبر للمعلومات التى تتصل بمنفعة ذاتية للقارئ واهتماماته المادية الحياتية المباشرة.

ويرى بعض المحللين وخبراء إدارة الصحف أن إضافة الملاحق الخاصة بالخدمات لاسيما فى طبعة الأحد فى الجرائد القومية الكبرى مثل: New York Times قد تكون الوسيلة الأمثل للاحتفاظ بالجرائد بعيدا عن الأزمة الاقتصادية التى سوف تصل إليها يوما ما، رغم اعتراضات المثاليين واعتبارهم أن تيار صحافة الخدمات قد يكون ضد سمعة هذه الجرائد وشهرتها ومكانتها.

رؤيـة صحافـة الخدمـات وتقنيتهـا:

لا يعالج تيار صحافة الخدمات الظواهر والأحداث والأفكار من زاوية مجردة أو فلسفية أو نظرية، بل يأخذ الجانب النفعى أو السلوكى أو العلمى لها.

فدعاة صحافة الخدمات.يقولون أن معظمنا غير مجهز لمواجهة المشاكل العالمية العظمى كالفساد السياسى والاستقطاب الدولى والتضخم والفقر والكوارث الطبيعية وغيرها، ونحن ننظر إليها ونستعرض عناوينها ونهز أكتافنا ورؤوسنا، ثم نذهب بعيدا عنها، ولكن معظمنا يتأثر بها من قريب أو من بعيد ويتطلب هذا منا أن نتخذ قرارات، ووظيفة الصحافة، وهى هنا صحافة الخدمات أن تذكر لنا كيف سنتأثر؟، وكيف نواجه ذلك؟ وماذا نفعل حيالها؟

ففى عام 1976 أصاب جفاف ضخم بعض أجزاء الولايات المتحدة، وترتب على ذلك نقص فى الماء والطاقة، وقامت الصحافة التقليدية بإخبار القراء عن الجفاف: ماذا حدث؟ وكيف؟ ولماذا؟ وما هى التوقعات المستقبلية؟ ولكن صحافة الخدمات أخبرتهم عما ينبغى أن يفعلوه فى مواجهة هذا الحدث، وكيف يتكيفون مع مضاعفاته خاصة نقص المياه، فنشرت جريدة Los Angeles Times عدة موضوعات توجهها رؤية صحافة الخدمات من بينها: "كيف تختبر قدرة منزلك على عدم تسرب الماء منه؟"، "خمس طرق للتكيف مع نقص الماء" "لكى تكون آمنا تعلم كيف تقرأ مقياس الماء".

وعندما نشرت الجرائد أنباء عن انتشار العنف فى فيلادلفيا، نشرت بعض الجرائد موضوعات تقليدية لمعالجة هذه الظاهرة، ولكن الجريدة التى تبنت مدخلاً خدمياً لمعالجة ظاهرة العنف هذه كانت جريدةPhiladelphia Inquirer التى نشرت بعض الموضوعات الخدمية مثل ما نشرته عن: "عشرة أماكن خطرة تجنب دخولها عند هبوط الظلام".

وهناك أنماط أو أشكال صحفية أساسية لتحرير موضوعات الخدمات سنعرض لها بالتفصيل فى الجزء التالى.

رابعا : تيار الصحافة الجديدة New Journalism:

ظهر خلال الستينات من القرن العشرين تيار صحفى جديد، تضمن منهجاً جديداً فى التفكير وأسلوباً مختلفاً فى التعبير، وتعديلاً فى أنماط الاتصال الصحفى التقليدية سمى بتيار الصحافة الجديدة، وأبرز ما أتسم به هذا التيار الصحفى الجديد **من حيث الشكل والمضمون:**

- أنه يختلف عن معظم الممارسات التقليدية لوسائل الاتصال، حيث أتى كرد فعل لحاجات الجمهور الجديد لأشكال صحفية مستحدثة فى مواجهة الأشكال الاتصالية خاصة ما أفرزته وسائل الاتصال الاليكترونية الحديثة، وكرفض للأفكار التى

تعتنقها الجرائد التقليدية عن الأخبار المتوازنة والموضوعية والاستخدام التقليدى لمصادر الأخبار.

- أنه امتداد لصحافة التنقيب عن الفساد فى القرن التاسع عشر والعشرين وصحافة المنشورات السياسية فى القرن الثامن عشر، وصحافة الخبر المتحيز فى القرن السابع عشر، ويسمح هذا التيار للمحرر ويشجعه على استخدام مدخل أكثر إبداعاً فى تغطيته ويمكنه من اللجوء إلى الأسلوب السردى الروائى، ويعطى له وظيفة الملاحظ المنغمس فى الحدث.
- أنه يقوم على فكرة ماكلوهان Mcluhan التى تقول أن الشكل يسبق المحتوى، وان الوسيلة هى الرسالة، ومشاركة هذا التيار والاضافة الحقيقية لهذا التيار تكمن فى الأسلوب، فهو يستغل المضمون الصحفى وينشره فى أسلوب روائى، ويجمع بين الحقيقة الموضوعية للصحافة والحقيقة الذاتية للصحفى أو الكاتب، أو هو رواية تعتمد على أسلوب التقرير، وتسعى إلى حقيقة أضخم من خلال جمع الحقائق والأقوال المقتبسة وعرضها بشكل انطباعى، وكما وصفه البعض "بأنه شكل جديد من اللاقصة يستعمل أساليب القصة".
- أنه نوع من التغطية الصحفية الاخبارية التي تعرض الأحداث بشكل يجلب معه جوانب انطباعية تعبيرية انطباعية مثل صورة، صوت، مشاعر الحدث، خلفيات الحقائق، وَيربطها مقارنة بحقائق أخرى من التاريخ والمجتمع والأدب فى أسلوب فنى يعطى عمقا وبعد أكبر للحقائق.
- أنه لا يستنكر التحيز الواضح، ووضع الرأى فى الأعمدة الأخبارية.

وترجع أصول هذا التيار الصحفي إلى أوائل الستينات من القرن الماضي، وترتبط بثلاثة عوامل أو دوافع مهمة هي:

أولاً: التغير الاجتماعى والثقافى فقد تميز عقد الستينات فى الولايات المتحدة بالعديد من الأحداث والتغيرات التى يرى البعض أنه لم يحدث مثلها بهذا الحجم والمدى فى

عقود سابقة، وكلها حدثت فى قاع المجتمع الأمريكى: كالشغب وعدم الاستقرار الطلابى والاغتيالات (جون كيندى) والحروب (فيتنام ومحاولة غزو كوبا) واغتراب الشباب داخل مجتمعه، وبدايات الرفض الراديكالى للعلم والتكنولوچيات الجديدة بكل ما تبعهما من مستحدثات.

وانطلقت الدعوات إلى مذهب انسانى جديد New Humanism وبحث الشباب الرفض للحياة المادية الطبقية المرفهة عن أسلوب حياة بديل، من خلال التأمل والانغلاق على الذات، وحياة الكهوف والخمور والمخدرات.

كما شهد هذا العقد بداية ما سمي بالثقافة المضادة Counter culture التى تنفصل عن المسلمات التقليدية والأعراف والقيم المجتمعية بشكل متطرف، والتى نادرا ما ينظر إليها على أنها ثقافة على الأطلاق.

ثانياً: رغبة بعض الكتاب والمحررين فى اكتشاف بديل للصحافة التقليدية مضمونا وشكلا، هربا من ضغوطها الاقتصادية والسياسية وروتين العمل اليومى.

ثالثاً: المستحدثات التكنولوجية كوسائل الاتصال الاليكترونية، وبرامج الحاسبات الاليكترونية ومعداتها، وطابعات الأوفست المتطورة، فقد قضى التليفزيون على العديد من المجلات العامة والمصورة، وانتهت الأيام التى كانت الجرائد فيها تنشر الكتب مسلسلة، حتى الشرائط المصورة الهزلية comic strips التقليدية كادت أن تختفى، كما عير التليفزيون العادات البرامجية مثلما غير المجلات والجرائد.

وجاء ظهور الطباعة الأوفست المتطورة واستخدامها بشكل واسع ليكون مؤثرا مهما على الصحافة الجديدة، فقد أصبح ممكنا وبسعر رخيص إنتاج جريدة، بدون، حاجة إلى استثمارات ضخمة فى معدات جمع الحروف وطابعاتها، واستطاع الطابع الفرد إنتاج عشرات من الجرائد الصغيرة، وأمكن للجريدة البديلة أو السرية أن تطبع بسرعة وبتكاليف محدودة.

كما سمح استعمال طابعات الأوفست باستخدام خطوط اليد والرسوم اليدوية الأخرى إلى جانب المتن بدون نفقات اعداد كليشيهات باهظة، مما أتاح للفنانين أصحاب مذهب السايكوديلك Psychodelic الانــدماج مع الصحفيين الجدد.

ويضم هذا التيار أربعة إتجاهات أو مدارس صحفية رئيسية:

1- اتجاه اللارواية الجديدة New Nonfiction:

وسميت بالريبورتاج أو الصحافة الموازية Parajournalism وظهرت علي صفحات الصحف (جرائد ومجلات)، من خلال الأعمدة الصحفية ومقالات المعالم وبعض الكتب، وعالج محتواها قضايا اجتماعية ومشاعر شخصية وأحداث جماهيرية.

2- اتجاه الصحافة البديلة Alterative Journalism:

وتسمى أيضا بصحافة التنقيب عن الفساد الحديثة، أو التغطية الاستقصائية ويركز محتواها على التحقيقات الصحفية التى تكشف الأعمال الفاسدة فى منظمات الحكومة وتهاجم صحافة المؤسسات.

3- الصحافة المدافعة أو المتحيزة Advocacy Journalism

وترفض مبدأ الموضوعية التقليدية، وتركز على قضايا الجماهير والسياسات وأساليب التغير الاجتماعى، ويتم ممارستها من خلال بعض الأعمدة الصحفية وموضوعات المعالم فى الجرائد والمجلات.

4- اتجاه الصحافة السرية Underground Journalism:

وتعالج قضاياها من رؤية متطرفة عنيفة، رافضة مختلفة، معبرة عن ثقافات مضادة لثقافات المجتمع التقليدية، وتركزت فى بعض الصحف غير الجماهيرية أو قليلة التوزيع فى المناطق الحضرية وفى الجامعات، والمدارس العليا (الثانوية)، القواعد العرية، وبلغ عددها عام 1970 حوالى 450 صحيفة توزع خمسة ملايين نسخة ويشترك فى قراءتها حوالى 30 مليون شخص، ولكن مع بداية سبعينات القرن الماضى وطوالها قل انتشار هذا التيار مع تغير دوافع ظهوره وبواعثه، فقد شهدت السبعينات مناخا سياسيا واقتصاديا وفكريا وثقافيا وعلميا مختلفا أفرز صحافة مختلفة ولكن بقيت بعض أثار لهذا التيار الصحفى المتميز.

خلاصة الوحدة الثالثة

تعرضت هذه الوحدة لبعض التيارات الحديثة المتعلقة بالجوانب الخاصة بالتخطيط والتفكير للتحرك الصحفى، وكيفية جمع المعلومات الصحفية وتحليلها واستخلاص النتائج منها، وفى هذا الاطار نطرح تساؤلا حول الصلة بين الصحفى والباحث العلمى، وأوجه التشابه والاختلاف بينهما.

وتناولت الوحدة الإتجاه إلى استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى والتفسيرات المختلفة لذلك.

وأوضحت المستويين المطروحين للافادة من البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى هما: الاستفادة من الخطوات المنهجية للبحث العلمى، الاستفادة من أهم سمات المنهج العلمى مثل التكميم والقياس، ثبات القياس وصدقة، النظرية فرض الفروض واختبارها، الاستنتاج السببى، وتركز على وجه الخصوص على صحافة التحديد كمدرسة صحفية تستخدم بعض التقنيات الأساسية للبحث العلمى الاجتماعى من خلال أربعة مداخل رئيسية هى:

1- الملاحظة بالمشاركة.
2- التجربة الميدانية.
3- تيار الدراسة المنظمة للوثائق.
4- استقصاءات الرأى العام.

كما تناولت الوحدة بعض الأساليب الجديدة للتغطية الصحفية وهى:

1- التغطية التفسيرية.

2- التغطية الاستقصائية.

3- تيار صحافة الخدمات ورؤيتها وتقنيتها.

4- تيار الصحافة الجديدة واتجاهاتها (الصحافة البديلة، الصحافة المتميزة، الصحافة السرية، اللارؤية الجديدة).

أسئلة وتطبيقات الوحدة الثالثة

1- عرّف المصطلحات الصحفية التالية:

- تيار صحافة الخدمات.
- المنقبون عن الفساد.
- اتجاه اللاروایة الجديدة.
- صحافة التحديد.
- الصحافة التفسيرية.

2- حدد كيفية استفادة الصحفى من التقنيات التالية مطبقا على قضية أو موضوع صحفى:

- استقصاءات الرأى العام.
- الملاحظة بالمشاركة.
- الدراسة المنظمة للوثائق.
- القياس كأحد سمات المنهج العلمى.
- التجربة الميدانية.

3- اكمل ما يلى:

- هناك أوجه تشابه بين الصحفى والباحث العلمى منها:

-...

-...

-...

- إلى جانب وجود اختلافات بينهما يتمثل فى أمور منها:

-...

-...

- من الأسباب التى دعت إلى استعمال أدوات البحث العلمى الاجتماعى فى العمل الصحفى:

-...

-...

-...

- ومن بين أدوات البحث العلمى الاجتماعى التى بدأت الصحف فى استخدامها.

-...

-...

-...

- تقوم مدرسة صحافة التحديد على جانبين هما:

-...

-...

-...

- وتستخدم أربعة مداخل هى:

-...

-...

-...

-...

- هناك مجموعة من الأمور لابد من مراعاتها عند تغطية استقصاءات الرأى العام **منها:**

–..

–..

–..

–..

–..

- نقصد بالتغطية الاستقصائية:

–..

- ومن بين النماذج التى استخدمت هذه التغطية فى الصحافة الأمريكية.

–..

–..

- وتستخدم هذه التغطية **من أجل:**

–..

–..

أنشطة يقوم بها الدارس

1- من خلال متابعتك الدائمة لصحيفة معينة حاول أن تحلل مدى استخدامها لبعض أساليب التغطية الصحفية الجديدة.

2- اختر موضوعا معينا وحدد كيف يمكنك معالجته صحفيا مستخدما بعض تقنيات البحث العلمى الاجتماعى.

3- تابع ما تقدمه صحيفتك من مادة صحفية خدمية على مدى أسبوع محددا إلى أى مدى تهتم فى تخطيطها وتفكيرها لتحركها الصحفى بتيار صحافة الخدمات.

مـراجـع الـوحـدة الثـالثـة

(1) Bogart, Leo: "Social Scinces in The Media", In: Yu, Fredrick T.C (ed): "Behavioural Sciences and the Mass Media", Russel Sage. New York, Second edition, 1972.

(2) Bogart, Leo & Klare, William, L.: "Mass Media Scientific Research: Major Issues, Siilarities, and Differences, in Karl Sand: "Newspaper of the seventies", Arport to the ANPA National Readership Project, 1971.

(3) MC, Combs, Maxwell & Others. "Handbook of Reporting Methods", Houqhtoun Mifflin Company, U.S.A., U.K., 1976.

(4) سمير محمد حسين: "بحوث إعلام: الأسس والمبادئ"، القاهرة، 1982، بدون ناشر.

(5) Aydelotte, William: "Quantification in the historicol and Experimental Approach", Madison Harcourt Co., 1975.

(6) حسين عبد الحميد أحمد رشوان: "العلم والبحث العلمي: دراسات في مناهج العلوم"، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1982 .

(7) صلاح مصطفى الفوال: "مناهج البحث في العلوم الاجتماعية"، مكتبة غريب، القاهرة، 1982 .

(8) Meyer, Philip: "Precision Journalism: An Introduction to social science methods", Amidland Book, Indiana University, New York, 3rd ed, 1975.

(9) نادية سالم وآخرون: "تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية"، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1983، ص ص19-31 .

(10) Holsti Ole. P. : "Content Analysis for the Social Sciences and Humanites", Addison-Wesley, Massachusetts, 1969.

(11) محمود علم الدين: "الجوانب العملية في التغطية الاخبارية"، مجلة النيل، مركز النيل للإعلام والتعليم والتدريب، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، العدد 14، يناير 1983 .

(12) Rivers, William. L.: "Mass Media: Reporting, Editing, Writing", Ames. Iowa State Universtiy.

(13) Mac Dougal. Curis: "Interpretative Reporting", Eight edition, Macmillan Phblishing Co., New York, London 1982.

(14) Weinberg. Steve: "Plugged in Journalism: Investigative Reporting and Computers". Columbia Journalism Review, November & December, 1982.

(15) Willaims. Paul: "Investigative Reporting and Editing", Prentice Hall Englewood Cliffs, New Jersy, 1978.

(16) Klemman, Ray: "Investigative Writing fund has aided successful Probes", Editor & Publisher, November 17, 1973.

(17) Metzler, Ken: "Newsgathering", Prentice-Hall. Inc., Englewood Cliffs, New Jersy, 1979.

(18) Dennis, Everette, E.: "The New Journalism: How it come to be", In Ohlgen, Thomes. H. & Berk, Lynn. M.: "The New Languages: A Rbetoric Approach to the Mass Media and Popular Culture", Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersy, 1977.

(19) Izard, Ralph. S. & Others: "Fundamentals of News Reporting", Kendall. Hunt Publishing Co., Dubuqe, Iowa, 3rd edtion, 1977.

(20) خليل صابات: وسائل الاتصال، نشأتها وتطويرها، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الثالثة 1982 .

الوحدة الرابعة

الأشكال الإخبارية

الوحدة الرابعة

الأشكـــال الإخبـــاريـــة

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يعرف من أين يستمد أفكار مادته الصحفية اليومية.

2- يفهم أنواع التغطية الإخبارية ومستوياتها.

3- يتعرف على مصادر المادة الصحفية فى الصحيفة.

4- يتعامل مع المصادر المختلفة للأخبار.

5- يميز بين الأشكال الصحفية التى تعرض من خلالها المادة الإخبارية فى الصحيفة.

6- يقيم المعلومات الصحفية التى حصل عليها لتحديد ما يستحق أو لا يستحق النشر.

7- يكتب الأخبار ويحررها فى قوالب صحفية مناسبة للصحيفة كوسيلة اتصال مطبوعة.

8- يواجه المواقف التحريرية المختلفة داخل صالة التحرير فيما يتعلق بالتغطية الإخبارية.

عناصر الوحدة:

1- ثمان مجموعات أساسية للأشكال الصحفية.

2- المكونات الأساسية لأفكار المادة الصحفية.

3- أنواع التغطية الإخبارية: محايدة: تفسيرية متميزة أو ملونة.

4- مستويات التغطية الإخبارية: تمهيدية، تقريرية أو تسجيلية، متابعة.

5- مراحل التغطية الإخبارية.

- الحصول على الأخبار وجمعها (مصادر التغطية).
- تقويم الأخبار (القيم الخبرية - السياسة التحريرية).
- تحرير الخبر (العنوان - المقدمة - جسم الخبر).
- مراجعة الأخبار.

6- الأشكال الصحفية التي تعرض المادة الاخبارية في الصحيفة.

وتتعلق هذه الجوانب بتنفيذ الموضوع الصحفي، أو التعبير عن الفكرة أو القضية أو الحدث الصحفي، أو تجسيده في شكله الصحفي المكتوب، وتنطلق من رؤية خاصة تعتمد علي الجوانب الخاصة بعملية التخطيط والتفكير والتحرك الصحفي في تغطية الموضوع الصحفي، وجمع مادته ومعلوماته من مصادرها المختلفة وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها إما بالتقنيات التقليدية، أو بتلك التي تستفيد من تطورات السبعينات من القرن الماضي، وما برز خلالها من تيارات جديدة في أسلوب الفكر والتحرك الصحفي من: استعمال لأدوات البحث العلمي الاجتماعي وخلاصات العلوم السلوكية في جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها، والأساليب الجديدة للتغطية الصحفية، وصحافة الخدمات، أو تيار الصحافة الجديدة.

وأياً كان أسلوب التحرك الصحفي أو منهجه أو طريقته، أو أسلوب جمع المعلومات أو المادة الصحفية من المصادر المختلفة وفقا لخطة معينة، فإنه علي الصحفي بنفسه ثم بواسطة المحرر المسئول تقييم ماتم تنفيذه أو الحصول عليه في ضوء الخطة الموضوعة، ومراجعة ما يمكن أن يراجع واستكمال الجوانب غير الكاملة، ثم تأتي الخطوة التالية التي تتعلق بالجوانب التعبيرية أو التنفيذية في العمل الصحفي والتي تتمثل في تحرير أو صياغة المادة الصحفية بما تتضمن من معلومات وبيانات وأرقام وصور ورسوم في لغة صحفية بسيطة، سهلة، مفهومة، محددة، دقيقة، مقروءة ومناسبة لمستوي قراء الجريدة، ولسماتها كوسيلة اتصال مطبوعة.

وعملية التحرير هذه أو الصياغة تأخذ أكثر من شكل (أو قالب أو نمط) صحفي تسمي أشكال التحرير الصحفي، أو الانماط أو القوالب الصحفية، أو اللغة الصحفية الفنية، وهناك أكثر من تقسيم، وأكثر من تصنيف لهذه الأشكال الصحفية، ولكننا نميل إلي تقسيم يصنف الأشكال الصحفية وفقا للمضمون الذي تقوم بعرضه، وانطلاقا من مفهوم أن الرسالة هي الوسيلة، وأنها تسبقها، وأن الوظيفة الصحفية للجريدة- أو الوظائف المتعددة- هي التي تخلق الشكل الصحفي المناسب لها، فلكل وظيفة من الوظائف التي تؤديها الصحيفة كالأخبار مثلا، أو التفسير، أو التسلية والترفية بما تحمله

من مضامين أشكالها الصحفية التي تناسبها، والتي تقوم الجريدة من خلالها بأداء وظائفها المتعددة في ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الاتصال الأخري (المجلات، الكتب، التسجيلات، والراديو، التليفزيون، أنظمة النصوص المتلفزة كالفيديو تيكست والتليتيكست، الانترنت) وفي ظل التطور التكنولوجي للمجتمع ككل ولوسائله الاتصاليه وتغير قيم القراء وأذواقهم واهتماماتهم، وظروف المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة من كل النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية والثقافية والتعليمية والإعلامية.

وهذا التصنيف قد يكون فيه نوع من التداخل بين بعض الأشكال الصحفية في المجموعات الثمان الأساسية للأشكال الصحفية، التي يحاول كل منها أداء وظيفة اتصالية (صحفية هنا) مهمة من وظائف الجريدة كعملية اتصال بالجماهير متكاملة الأطراف وتفسير ذلك يعود إلي طبيعة العملية الصحفية اليومية والممارسات اليومية وتداخل بعض الوظائف، وكذلك بعض الأشكال وأدائها للوظائف نفسها في الوقت معاً، ونصنف هنا أساليب التعبير أو التنفيذ الصحفي، أو أشكال الكتابة الصحفية أو التحرير الصحفي في ثمان مجموعات رئيسية هي:

أولاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المادة الإخبارية.

ثانياً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد التفسيرية والاستقصائية.

ثالثاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالرأي.

رابعاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالخدمات.

خامساً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد المتخصصة المجمعة.

سادساً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالتسلية.

سابعاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الاعلانية.

ثامناً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد المصورة.

وتنطلق الرؤية السابق عرضها لأشكال التحرير الصحفي والمستمدة أيضا من حقيقة أساسية، أو بديهية أفرزتها الممارسات الصحفية اليومية فى قاعات التحرير في الجرائد والمجلات وخارجها، وأتت نتائج دراسات تحليل مضمون الصحف لتؤكدها، تلك الحقيقة أن المحرر الصحفي في عملة اليومى يستمد أفكار مادته الصحفية- التي يقوم بعد ذلك بتغطيتها واستخدام معلوماتها ثم تحريرها- من المكونات الأساسية التي تشكل المواد الخام للعمل الاعلامي وللمحتوي الصحفي وبالتالي للأشكال الصحفية وهي:

(1) الاحداث EVENTS

وهي عبارة عن مجموعة الوقائع أو العمليات أو السلوكيات الفردية أو الجماعية أو المؤسسية التي وقعت بالفعل، وتطورت واصبحت لها نتائجها وتداعياتها القيمة وذات المغزي بالنسبة لقراء الصحفية، أو التي يتوقع حدوثها مستقبلا، وهذه الاحداث تشكل الهدف الرئيسي والاساسي الذي تسعى الجرائد والمجلات للحصول علي كل تفصيلاته وجوانبه المختلفة.

(2) الافكار INSIGHTS, IDEAS

وهي الرؤي الفكرّية أو الاقتراحات التي عادة ما تتسم بالجدة والاصالة والابتكار والخروج عن المألوف أحيانا وتتعلق بقيم المجتمع وتقاليده وسلوك أفراده أو أداء مؤسساته أو علاقاته الإقليمية الدولية، وقد تتسم علي النقيض أو علي العكس بالنمطية والتقليدية وأحياناً بالتخلف والرجعية والعودة بالمجتمع الي الوراء، وواجب الصحيفة هنا عرضها ومناقشتها والتعليق عليها ودعمها أو تفنيدها ورفضها، فعليها إذن مناقشتها أياً كان موقفها منها.

(3) القضايا CONTROVERSIES, ISSUES

وهي المحتويات الفكرية أو الرؤي التي تحوي داخلها جوانب الخلاف والتضاد والتباين في وجهات النظر، وتحتاج في الوقت نفسه إلي مناقشتها بهدف استجلاء جوانبها وعرض مختلف أركانها وحجج المؤيدين لها والمعارضين وحتي المحايدين.

(4) المشكلات PROBLEMS

وهي الظواهر أو الوقائع أو الممارسات السلبية التي يكون لاستمرارها وعدم توقفها وقعه السلبي علي جمهور قراء الجريدة بخاصة والمجتمع بصفة عامة، ولا خلاف علي أنها ذات طابع سلبي، ويكون دور المحرر الصحفي هنا هو دراسة الأسباب والجذور، وتقصي الدوافع والمسببات، ومحاولة طرح حلول عملية لمواجهتها.

(5) الآراء OPINIONS

وهي الاتجاهات المعلنة والمعبر عنها تجاه بعض الظواهر أو القضايا أو المشكلات للأفراد كأفراد أو كممثلين لهيئات أو مؤسسات، وواجب الصحيفة هنا عرضها وإتاحة الفرصة لها، بشرط الحرص على دقتها ومنطقيتها وصحة المعلومات التي تستند إليها، حتي لو كانت مختلفة معها أو ضد توجهاتها الفكرية وسياستها التحريرية المعلنة أو المفهومة ضمنيا.

المادة الإخبارية:

المقصود بالمادة الاخبارية في الصحيفة هي تلك الأخبار أو الموضوعات التي تقدم تقارير حالية عن أحداث تهم قطاعات عريضة من جمهور قراء هذه الصحيفة، ويتم انتقاء هذه الأحداث واختيارها في ضوء السياسة التحريرية لهذه الصحيفة.

وتسمي العملية التي يقوم خلالها المحرر الصحفي بالحصول علي معلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما أو يجيب علي كل الأسئلة التي قد تتبادر في ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح، ثم يقيم هذه المعلومات ثم يحررها بأسلوب صحفي مناسب وفي شكل صحفي مناسب- بالتغطية الاخبارية، وهي احدي أشكال التغطية الصحفية.

وهناك عدة أنواع للتغطية الاخبارية من حيث اتجاه المضمون هي:

(1) التغطية المحايدة Objective News reporting ويقدم الصحفي فيها الحقائق فقط أي قصصاً إخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي والتحيز أي

يعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع بدون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر.

(2) التغطية التفسيرية Interpretative News reporting وفي هذا النوع من التغطية يقوم الصحفي بجمع المعلومات المساعدة أو التفسيرية الي جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية وذلك بهدف تفسير الخبر أو شرحه وخدمة القراء الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم، بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصيل.

وتتضمن هذه التغطية وصف الجو العام المحيط بالحدث أو وصف المكان أو وصف الأشخاص وذكر بعض المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية أو السياسية عن البلد التي وقع فيها الحدث وتحليل الأسباب والدوافع والنتائج والآثار المتوقعة المبنية علي الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المشابهة وعقد المقارنات.

(3) التغطية المتحيزة أو الملونة Advocacy News reporting وفي هذه التغطية يركز الصحفي علي جانب معين من الخبر، وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي، وهدف هذه العملية تلوين أو تشويه الخبر.

أما أنواع التغطية من حيث توقيت حدوثها فتنقسم الي:

1- التغطية التمهيدية Preleiminary News reporting ويقصد بها قيام الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع ورصد وقائعه قبل أن تحدث فعلاً وتسمي بالقصة الصحفية التمهيدية Advance story.

2- التغطية التقريرية أو التسجيلية Documentary News reporting وهي التغطية التي تتم بعد وقوع الحدث فعلاً، وهي تتم للاحداث المتوقعة حيث يظهر فيها مدى

الاتفاق بين ما كان متوقعا حدوثه وما حدث فعلا، وفي هذه الحالة لابد من تذكرة للقارئ بالتطورات السابقة لربطه بالخبر القديم، كما يتم للأحداث غير المتوقعة.

3- تغطية المتابعة Follow up News Reporting وهي التغطية التي تعالج نتائج أو تطورات جديدة في احداث أو وقائع سابقة مازالت تطوراتها ناقصة.

مراحل التغطية الاخبارية:

وتمر التغطية الاخبارية بالمفهوم السالف تحديده بالمراحل التالية:

المرحلة الأولى: الحصول على الأخبار أو جمعها News gathering

ويحصل المندوب الصحفى على أخباره من خلال مصادره المختلفة الحية، كالشخصيات فى المؤسسات والشركات والهيئات والقطاعات والجهات المختلفة وغير الحية كالوثائق والتقارير، النشرات، الوثائق المسموعة كالتسجيلات أو المسموعة المرئية أو الاسطوانات الممغنطة CDs.

أما المصادر Sources أو القنوات Channels التي تحصل الصحيفة من خلالها على الأخبار فيمكن إجمالها **فيما يلى:**

1- المندوب الصحفى News reporter

ويقصد بالمندوب الشخص أو الأشخاص الذين توفدهم الصحيفة لجهة ما أو قطاع معين من قطاعات اهتمامات الصحيفة ليكونوا ممثلين لها فى هذه الجهة أو القطاع لتغطية أخبارها ومد صحيفته بها ويصنف المندوب الصحفى إلى مندوب مبتدىء Cup reporter ومندوب خبير متخصص فى تغطية أخبار مكان ما Beat reporter ومندوب صحفى متخصص Specialized Reporter فى تغطية نوعية معينة من الأخبار (مندوب علمى أو سياسى أو اقتصادى أو برلمانى... الخ).

2- المراسل الصحفي

وهو مندوب الصحيفة خارج الإقليم الذى تصدر فيه - فإذا كان في داخل البلد نفسه ولكن خارج المدينة التى تصدر فيها الصحيفة يسمى مراسل الصحيفة المحلى أو الإقليمى وإذا كان خارج البلد الذى تصدر فيها الصحيفة أطلق عليه المراسل الخارجي.

والمراسل الخارجى قد يكون مقيما بصفة دائمة فى بلد ما يغطى أخبارها ويزود صحيفته بها وميزة هذا النوع من المراسلين أنهم يصبحون على دراية بالاتجاهات المختلفة فى هذا البلد تمكنهم - إذا أرادوا - من تقديم تقارير صادقة وكاملة عن الأحداث فيها، فضلاً عن قدرتها على تكوين مصادر وعلاقات وثيقة - بشكل أقوى - بصانعي الأحداث والقرارات فى هذا البلد.

إلا أن هذا النوع من المصادر يعيبه أن البعد لفترة طويلة نسبيا عن البلد الذى تصدر فيه صحيفته قد يفقده القدرة على التعرف على التغييرات والتطورات التى قد تطرأ علي اهتمامات قراء صحيفته وسماتهم والتى تشهد تطورات سريعة.

وتعالج بعض الصحف هذه المشكلة بدعوة مراسليها الدائمين بين حين وآخر للبلد للاقامة لفترة معينة أو لحضور دورات تدريبية تخصصية، غير أن النفقات الباهظة التى يتطلبها إيفاد مراسل يقيم بصفة دائمة يجعل من الصعب على أية صحيفة فى العالم أن يكون لها مراسلين دائمين فى كل عواصم العالم، ولذا تنتقى العواصم التى تمثل نقاط مهمة بالنسبة لدوائر اهتمام الصحيفة لتوفد إليها مراسلين دائمين، وهذه مسألة نسبية وتختلف من صحيفة لأخرى.

وهناك نوع آخر من المراسلين وهو المراسل المتجول الذى توفده الصحيفة لتغطية الأحداث فى منطقة جغرافية معينة ويتخذ له عاصمة معينة من عواصم الدول التى تنتمى لهذه المنطقة كمقر رئيسى لاقامته بشرط أن تكون نقطة متوسطة فى قلب هذه المنطقة ويصبح عليه الانتقال من هذه النقطة إلى أى موقع تقع فيه أحداث مهمة فى دائرة المنطقة الجغرافية التى عليه أن يغطى أخبارها.

ويعيب هذا النوع من المراسلين أنه قد تفوته تغطية بعض الأحداث في موقع ما أثناء وجوده في موقع آخر داخل دائرته، غير أنه حل لا بأس به لمواجهة - صعوبة أن يكون لصحيفة - مراسل خاص في كل عاصمة.

وهناك المراسل الذي يوفد لتغطية حدث معين أو لمهمة معينة ثم يعود بعدها لصحيفته.

وتصل رسائل المراسلين إلى صحفهم بطريقة أو بأخرى عن طريق الاتصالات السلكية واللاسلكية كالتليفون أو الراديو أو التلكس أو الأقمار الصناعية أو جهاز الفاكسميلي وهو النظام الشائع حاليا أو عن طريق البريد الاليكتروني وشبكات الكمبيوتر.

ويتوقف عدد مراسلي الصحيفة المحليين الخارجين على إمكانياتها الفنية والاقتصادية.

3- وكالات الأنباء News agencies

ويقصد بوكالة الأنباء الوكيل أو الممثل للصحف وغيرها من وسائل الإعلام، التي تشترك معظمها فيها، وهي تملك إمكانيات فنية تسمح لها بجمع الأخبار ونقلها لأن كل وسيلة إعلامية بمفردها على حدة قد لا تستطيع أن تقوم بهذا العمل الباهظ التكاليف، وتقوم الوكالة بتغطية الأخبار ثم تبيعها للصحف وغيرها من المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية أحيانا مقابل اشتراكات محددة.

ويضم الجهاز التحريري للوكالة شبكة من المندوبين يقوم كل منهم بتغطية الأماكن المهمة في العالم من خلال مكاتب بعضها رئيسي في العواصم الكبرى المؤثرة على السياسة الدولية والعالمية وتضم هذه المكاتب عددا من المراسلين وهناك مكاتب أقل أهمية، وفي بعض البلاد الأقل تأثيراً قد يكون للوكالة مراسلا واحدا يقوم وحده بكل العمل.

وترسل هذه المكاتب أو هؤلاء المراسلين بتقاريرهم الإخبارية إلى المقر الرئيسى للوكالة – الذى يقع عادة فى عاصمة البلد التى تنتمى إليها الوكالة – حيث يقوم جهاز من المحررين فى هذا المقر بتحرير هذه الأخبار واعادة إرسالها إلى المشتركين غالبا عن طريق المبرقات الكتابية (آلات التيكرز) التى تنقل الأخبار وتنسخها أتوماتيكيا بالحروف الكبيرة على أشرطة من الورق يمكن أن تنتزع منها نصوص الأخبار عند وصولها إلى المؤسسة الإعلامية ليعاد صياغتها أو تحريرها وفقا لسياستها التحريرية، كما تستخدم الآن فى ذلك شبكة الحاسبات الالكترونية وقد يتم ترجمتها إذا كانت واردة بلغة غير البلد التى تصدر فيها الصحيفة وهناك وكالات عالمية للأنباء وهى وكالة الأنباء الفرنسية (أ. ف. ب) ووكالة رويتر البريطانية، وكالة الاسوشيتدبرس (أ. ب)، وكالة اليونيتدبرس انترناشيونال (ى. ب. أ) الأمريكية. وهذه الوكالات تتحكم فى نحو 90% من الأنباء المتداولة فى العالم ولا تخصص إلا ما بين 30% من انبائها للعالم النامى كله الذى يمثل نحو 75% من سكان العالم، وبهذا الشكل تحتكر هذه الوكالات سوق الأخبار العالمية مما دفع العديد من دول العالم النامى ومنظماته إلى التفكير فى انشاء وكالات اقليمية مثل وكالة أنباء الدول الإسلامية فضلا عن الوكالات المحلية مثل وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ. ش. أ) ووكالة الأنباء الكويتية (كونا) ووكالة الأنباء السودانية (سونا)، ووكالة الأنباء السورية (سانا) الخ ولهذه الوكالات مكاتبها أو مراسلوها فى الخارج لجمع الأخبار ونشرها إلا أن حجم الخدمات التى تؤديها هذه الوكالات لا يزال متواضعا إذا ما قيس بخدمات الوكالات العالمية.

وتقدم الوكالات إلى جانب الخدمات الاخبارية، خدمات صحفية أخرى تشمل الموضوعات والصور والرسوم والمقالات والطرائف وقصاصات الصحف.

4- قسم الاستماع

ومهمته التقاط الأخبار والمواد التى تذيعها محطات الإذاعة المختلفة أولا بأول وترجمتها إلى لغة البلد الذى تصدر به الصحيفة، وذلك من خلال مجموعة من المحررين يقيم كل منهم داخل حجرة أو كابينة حاجزة للصوت ولدى كل منهم جهاز

لاستقبال الارسال الإذاعى على درجة عالية من الحساسية للالتقاط الدقيق للإذاعــات، وجهاز دقيق للتسجيل ويرسل محررو الاستماع بعض الأخبار التى يتم التقاطهــا إلــى قسم الأخبار لتنشرها كما هى أو للاستفادة بها فى عملية التغطيــة التفــسيرية لــبعض الأخبار، وقد يحتفظ ببعض هذه الأخبار بقسم المعلومات بالصحيفة للاستفادة بها فيهــا بعد كخلفيات لبعض الأحداث.

وتزداد أهمية الاعتماد على الإذاعات وكذلك شبكات التليفزيــون العالميــة بعــد انتشار البث المباشر والقنوات الفضائية حينما تقع بعض الظروف الطارئة فــى دولــة كانقلاب أو حرب أو كارثة طبيعية تغلــق هــذه الدولــة أمــام اســتقبال الــصحفيين والإعلاميين فتصبح إذاعتها المسموعة والمرئية ربما المصدر الوحيد لاخبارها فى تلك الظروف الطارئة.

5- الجرائد والمجلات المحلية والأجنبية:

فى بعض الأحيان تصبح الصحف مصدرا مهما للأخبار تنقل عنها الــصحف أو غيرها من وسائل الإعلام بعض الأحيان أو تتابعها أو تستكملها أو تصححها ان كانت غير دقيقة.

6- المصاحفون Freelancers والمتطوعين:

والمصاحف شخص يعمل بعض الوقت للصحيفة مقابل أجر، وهو ليس عضوا فى جهازها التحريرى، أما المتطوع فهو شخص من الجمهور العــادى يتطــوع بــابلاغ صحيفته بدون أى التزام مسبق بأى أحداث جديدة تصل إليه، وفى هذه الحالــة توفــد الصحيفة مندوبها الخاص لتغطية هذا الحدث تغطية كاملة ومفصلة.

7- شبكات المعلومات العالمية، ومن اشهرها شبكة الانترنت

وهناك بعض الأمور المهمة التي تفيد المندوب الصحفى فى جانب الأخبار منها:

1- عدم اهمال ما يتردد من شائعات، وعدم تصديقها لأول وهلة، بل لابد من البحث والتحرى للتحقق من صدقها أو عدمه.

2- الدقة والصدق واستكمال تفاصيل حدث ما أهم من السبق والانفراد الاخبارى.

3- الاعتماد على أكثر من مصدر للحصول على تفاصيل حدث معين.

4- دعم الصلة المبنية على الاحترام المتبادل بين المصادر والمندوب الصحفي في الحصول على أخبار صادقة.

المرحلة الثانية: تقويم الأخبار News Evaluation

وذلك لتقرير ما إذا كانت المعلومات التى حصل عليها الصحفى تستحق النشر فى صحيفته أو لا تستحق؟ وإذا كانت تستحق فهل تنشر كما هى أم تحتاج لاستكمال؟

ويتم ذلك من خلال عدة معايير هي:

1- القيم الخبرية:

وهي مجموعة من القيم التى إذا توافرت فى خبر أعطته قيمة ترفعه من مرتبة الواقعة العادية إلى مرتبة الواقعة التى تستحق النشر فى صحيفته، وهناك اختلاف بين الكتاب والباحثين فى هذا المجال حول تصنيف هذه القيم وذلك وفقا للانتماء الوطنى والأيديولوجى لكل منهم وللمرحلة التاريخية التى ينتمون إليها، فالقيم الخبرية عند الكتاب الذين ينتمون للفكر الليبرالى تختلف عنها عند الكتاب الذين ينتمون للفكر الاشتراكى.

وقد تأثر معظم إن لم يكن كل الكتاب العرب الذين تناولوا هذا الموضوع بالفكر الليبرالى فى تصنيفهم للقيم الخبرية، وان كانت هناك دعوة ملحة الآن من جانب دول العالم الثالث ومن بينها الدول العربية إلى إعادة النظر فى المعايير التقليدية لاختيار الأنباء ونقلها وكثير من القيم الإخبارية التى أصبح مسلما بها إذا ما أردنا أن ننقل

للجمهور فى كل أنحاء العالم صورة أصدق وأشمل للأحداث فى البلاد المتقدمة والنامية على السواء ويمكن إجمال **أهم هذه القيم الاخبارية فيما يلى:**

1- الأهمية والضخامة.

2- المنفعة والفائدة الشخصية.

3- الصراع وما يرتبط به من توقع ونتائج.

4- الشهرة.

5- الاهتمامات الانسانية.

6- القرب المكانى والنفسى.

7- التوقيت.

8- الغرابة والطرافة.

إلى جانب ذلك هناك بعض السمات التى ينبغى أن توجد فى أى خبر يستحق النشر **هى:**

- الجدة.
- الموضوعية.
- الدقة والصحة.

2- السياسة التحريرية للصحيفة والمتغيرات المتصلة بها:

وهو موضوع تعرضنا له بالتفصيل في وحدة سابقة.

وتنتهى عملية تقويم الخبر بأن نطلق عليه حكما من الأحكام التالية:

- أن الخبر صالح للنشر بشكله الحالى.

- أن الخبر غير صالح للنشر إما لعدم توافر القيم الخبرية التى تجعله صالحا للنشر أو لعدم اتفاقه مع السياسة التحريرية للصحيفة أو للسببين معا.
- ان الخبر صالح للنشر، ولكن بعد استكماله، ويمكن أن يتم ذلك من خلال الرجوع إلى المصادر الأساسية للخبر إذا كان الاستكمال لمعلومات أو وقائع أساسية فيه أو من خلال قسم المعلومات إذا كان الاستكمال بغرض التفسير أو من أجل الرجوع إلى معلومات سابقة عن الحدث أو أحداث مماثلة له.

المرحلة الثالثة: تحرير الخبر News Editing

ويقصد بها تحرير الأخبار أو صياغتها فى شكل أو قالب صحفى مناسب للصحيفة كوسيلة اتصال مطبوعة لها عدة سمات، منها السرعة، المساحة المحددة، الوظيفية أى التعبير عن مناحى الحياة المختلفة وأنها الصلة بين القارئ العادى والمتخصص.

وأسلوب صياغة الخبر هو أحد أشكال الأسلوب الصحفى الذى يقف فى المرحلة الوسطى بين الأسلوب الأدبى والأسلوب العلمى فيأخذ من الأدب البساطة والسهولة ومن العلم الدقة والوضوح والتحديد.

ولذا ينبغى أن يتسم أسلوب تحرير الخبر الصحفى بالسمات التالية:

1- الاستغناء عن الكلمات الزائدة مثل أدوات التعريف التى لا لزوم لها، ظروف المكان والزمان، أحرف الإضافة والربط، الجمل الطويلة، التكرار... الخ.

2- استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة لغويا والواضحة، وينصح بعدم استخدام صيغة أفعل التفضيل وتجنب المغالاة، ويفضل استخدام الفعل المضارع فى العناوين، والفعل المبنى للمعلوم، والألفاظ المحددة التى لا تحتمل التأويل أو التعبير عن أكثر من معنى.

3- الموضوعية - قدر المستطاع - أى احترام قدسية الخبر وعدم خلطه بالرأى المباشر.

4- استخدام الجمل والفقرات القصيرة، وينصح بألا يزيد عدد الكلمات في الفقرة الواحدة عن 75 كلمة، وألا يزيد عدد الجمل في الفقرة عن أربع جمل.

وان كان كل ما سبق يحتاج لدراسات خاصة يطلق عليها بحوث المقروئية readability research أي البحوث التي تقيس مدى وصول كلمات الرسالة الإعلامية إلى المستقبل بسهولة وسرعة مع القدرة على تذكر محتواها إذا دعت الضرورة، وقد تم في دول أوربا الغربية والولايات المتحدة تطوير معايير ومقاييس وصيغ موضوعة ومختبرة تقيس ذلك، إلا أننا في الدول العربية لم نقم بمثل هذا العمل بقدر كاف لأن اختلاف اللغة والمستوى الحضاري والثقافي تجعل من الضرورة أن نطور مقاييس وصيغ خاصة بنا.

5- ذكر مصدر الخبر بوضوح في مضمونه خاصة، إذا كان الخبر يتضمن تصريحا يحمل رأيا لمصدره.

6- الترتيب المسلسل المنطقي.

7- استخدام الألفاظ المستحدثة شائعة الاستعمال أفضل من الترجمة الحرفية أو استخدام بعض الألفاظ المهجورة.

8- الاستخدام الصحيح والدقيق لعلامات الترقيم أو أدوات الربط.

وهناك طريقتين تقليدتين لرواية الخبر الصحفي هما:

1- طريقة الهرم المعتدل (الأسلوب القصصي) وفيها يتم تحرير الخبر بأسلوب درامي قصصي وترتب وقائع الخبر حسب ترتيب وقوعها الزمني Chronolgically ويتضمن بداية ووسط ونهاية للخبر، لا حسب أهميتها أو خطورتها، بل على أساس أن ذروة الخبر تقع في نهايته.

2- طريقة الهرم المقلوب وفيها يتم تحرير الخبر بأسلوب غير درامي ترتب فيه وقائع الخبر حسب أهميتها لا حسب ترتيب وقوعها الزمني أي توضع ذروة الحدث في بدايته يليها الفقرات الأقل أهمية وهكذا.

والخبر الصحفى سواء أكان بسيطا (يحتوى على واقعة اخبارية واحدة) أو كان مركبا (يضم أكثر من واقعة اخبارية أو أكثر من خبر) يتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية هى:

1- العنوان Headline.

2- المقدمة (الاستهلال) Lead.

3- جسم الخبر (المتن) Body.

العنـوان:

قد يتكون من سطر واحد أو عدة سطور، وقد ينشر على عمود واحد أو يمتد على أكثر من عمود **ويهدف العنوان إلى تحقيق الوظائف التالية:**

- اعطاء تقرير سريع وخاطف عن محتوى الخبر.
- جذب انتباه القارىء إلى خبر ما.
- اعطاء قيمة للخبر حسب حجمه وموقعه.
- التركيز على زاوية ما فى الخبر.
- تجميل الصفحة.

وهناك مجموعة من القواعد ينبغى مراعاتها عند كتابة العنوان:

1- الاختصار والتركيز.

2- رواية الخبر بدقة وموضوعية، والبعد عن الرأى.

3- تضمين العنوان فعل على ألا نبدأ به العنوان والأفضل أن يكون فى صيغة المضارع أو المستقبل، وفى صيغة المبنى للمعلوم.

4- عدم تكرار جملة أو كلمة فى العنوان.

5- عدم استعمال الاختصارات (للأسماء والأماكن) إلا إذا كانت شائعة وعدم استخدام الأسماء غير المعروفة فى العنوان.

6- الابتعاد عن الغموض.

7- عدم قطع جملة واحدة على سطرين، ويفضل أن يكون كل سطر من سطور العنوان - فى حالة تعددها - مستقلا عن الآخر.

8- تجنب عناوين النفى.

9- تجنب استخدام المجاز.

10- أن يكون العنوان مطابقا لمضمون الخبر.

11- تجنب الكلمات الاحتمالية.

المقدمة:

عبارة عن جملة أو فقرة مركزة دقيقة جذابة ومشوقة تلخص الخبر أو بعض زواياه المهمة، وقد تجيب على كل أو بعض أسئلة الستة المعروفة (ماذا - من - متى - أين - لماذا - كيف) **وهناك عدة أنواع للمقدمات:**

1- مقدمة الاسم.

2- مقدمة الشيء.

3- مقدمة الزمان.

4- مقدمة المكان.

5- مقدمة السبب.

6- مقدمة الكيفية أو الأسلوب الذى تم به الحدث.

وهناك عدة أشكال أخرى للمقدمات أبرزها:

1- المقدمة الساخنة التي تحشد جميع عناصر التشويق في الجملة الأولى منها.

2- مقدمة التصوير أو التعبير، وتسعي لرسم صورة حية للشخص الرئيسي في القصة الاخبارية.

3- مقدمة المقارنة أو التباين أو التناقضات، التي يعقد من خلالها المحرر مقارنات بين الأضداد ومفارقات بين الكبير والصغير، والملهاة والمأساة والماضي والحاضر.

4- مقدمة التساؤل، وتتضمن مجموعة من التساؤلات يتم الاجابة عليها في جسم الخبر.

5- مقدمة الاقتباس، وتعتمد على اقتباس فقرة مهمة من تصريح لمصدر الخبر.

6- مقدمة الوصف، وتعني بوصف يشرح الجو الذي وقع فيه الحدث.

7- مقدمة الخطاب المباشر، وفيه يوجه المحرر الكلام إلى القارئ مباشرة مما يشعره بالخصوصية والتجاوب.

وهذا لا يمنع من أن إمكانيات التجديد والابتكار المستمر مفتوحة أمام أي محرر في كتابة المقدمة.

فقرة الربط:

وهي الفقرة التي توجد – غالباً – بين المقدمة وجسم الخبر وتخدم غرضا أو أكثر من الأغراض التالية:

1- تكملة بعض البيانات الأساسية التي قد لا يكون لها مكان في المقدمة.

2- افساح المجال لتسجيل تصريح منسوب إلى شخصية ما.

3- تفسير واقعة من وقائع الخبر.

4- تلخيص ما سبق حدوثه فى فترة سابقة فى حالة أخبار المتابعة، وقد توضع هذه الفقرة داخل المقدمة فتسمى Tie in وقد توضع بعد المقدمة فتسمى Tie back.

جسم الخبر:

وقد يتضمن جسم الخبر مجموعة من الحقائق أو الوقائع المرتبة أما حسب أهميتها أو خطورتها أو حسب ترتيبها الزمنى أو مزيج من الأحداث والوقائع.

وقد يكون جسم الخبر عبارة عن ملخص يتبعه فقرة اقتباس فملخص يتبعه فقرة اقتباس... الخ.

وهناك بعض المداخل الحديثة لكتابة المادة الاخبارية وتحريرها وهى:

أولاً: مدخل التركيز على الفرد The Personalized Approach (صيغة جريدة وول ستريت Wall Street Journal)

وهو مدخل كان يستخدمه بعض الصحفيين فى الستينات والسبعينات من القرن العشرين إذ كان بعضهم يستخدم الأسلوب الأدبى لرواية مادة اخبارية من خلال رؤية شخصية، أو من خلال التركيز على جزء من الكل، ويركز هذا المدخل على شخص أو جهاز ما يكشف الحدث من خلاله، ثم يفسره بعد ذلك بالتفصيل.

ويقوم هذا المدخل على فلسفة تقول أن القارئ العادى فى كثير من الأحيان يعجز عن فهم بعض الأحداث الضخمة أو القضايا المعقدة ولكنه قد يفهمها إذا ما تم تناولها من جانب شخصى أو محسوس أو ملموس فى هذا الحدث الضخم أو القضية المعقدة فميزانية الدولة مثلا يمكن فهمها من خلال ربطها بميزانية الشخص أو الأسرة.

وهذا المدخل التشخيصى تلخصه كلمة تقول "إن عشرة ملايين حالة وفاة هى إحصائية، ولكن حالة واحدة هى مأساة-"، أو يلخص تأثير الجزء على الكل أو ابراز الشئ ذا المغزى الذى لا نعرفه من خلال عرض شىء محدد.

فهذا المدخل إذا يركز على الفرد (الشخص أو الجزء) المتضمن فـي الحـدث أو الواقعة أو القضية ويلخص تأثير الجزء على الكل ويعتمد على التشخيص.

ويتم تطبيق هذه الصيغة التي برعت فيها جريـدة Wall Street Journal مـن خلال مجموعة من الخطوات المتتالية هي:

الخطوة الأولى: وهي الخطوة الرئيسية والمهمة وتبدأ بالتركيز على الفـرد المـنغمس والمتأثر بالحدث أو القضية، ويشغل هذا التركيز مقدمة الخبر.

الخطوة الثانية: وهي فقرة انتقالية transition تسهل عملية انتقال المعنى من المقدمات الشخصية إلى القضايا الأضخم التي يتم تغطيتها، ويـسميها محـررو Wall Street Journal الفقرة الحتمية The Must، وهـذه الفقـرة تشمل عادة معظم المعلومات المهمة أو ذروة الخبر التي توجـد فـي مقدمة أسلوب الهرم المقلوب، أنها تقـدم تفـصيلات مركـزة ودقيقـة ومحددة وتحتاج إلى مزيد من الشرح والتوضيح والتفسير والتوسع.

الخطوة الثالثة: كتابة فقرة تعادل تفاصيل أو جسم الخبر المكتـوب بأسـلوب الهـرم المقلوب، التي تلي المقدمة، وتقوم بعملية الانتقال من الخاص إلى العام، ومن المحدد إلى المفصل، ومن التركيز إلى الاستطراد، ويتم عـرض القصة الأضخم في ترتيب تنازلي، للاحتفاظ باهتمـام القـارئ خـلال القصة وحتى نهايتها معتمدين في هذا على المهارة في أسلوب التحرير، وبعدة طرق من **أهمها:**

- إبراز الفرد والإشارة إليه داخل جسم الخبر.
- تزيين الخبر ببعض الطرائف والأمثال وتلوين الأسلوب.
- توظيف ثلاثة مداخل أسلوبية تحريرية مهمة **وهي:**

أ - التركيز أو تحديد زاوية أو نقطة معينة أو هدف يمكن التركيز عليه فى إطـــار هذا الحدث.

ب- التفاصيل أو البحث عن تفاصيل دقيقة ووظيفية داخـــل الحـــدث أو القـــضية والتركيز على نقاط مهمة تجعل الخبر أسهل فى التحرير، وأمتع فى القـــراءة، ويدعم هذا عناية المحرر بأسلوبه واهتمامه بانسياب الأفكار وتسلسلها.

ج- الفقرات الانتقالية: أو عمليات الربط بين فقرة وأخرى، وتيسير انتقال القـــارئ بينها بأسلوب رشيق ودون تكلف، بهدف أن تثير لدى القارئ مشاعر متوقعـــة كالغضب، الإحباط، التعاطف، الرفض.

الخطوة الرابعة: أى خاتمة الخبر، وهنا نجدها تأتى على خلاف أسلوب الهرم المقلوب، الذى تكون فيه الخاتمة هى أقل المجالات أهمية وتحتوى على التفاصيل الزائدة، بينما تجيء فى هذه الصيغة قوية، بحيث يعود بها المحرر إلى موضوع التركيز الأساسى وهو الشخص، وتبين ما قام به كرد فعل أو استمرار، وقد تكون خلاصة مركزة أو تقريرا موجزا للموضوع أو أهم استنتاجاته.

وهناك تطبيقات مختلفة لهذا المدخل، تتفق معه فى الخطـــوات الثانيـــة والثالثـــة والرابعة ولكنها تختلف معه فى المقدمة أو الخطوة الأولى **ومن ذلك:**

استخدام مقدمة مسرحية أو مقدمة المشهد:

وتكون المقدمة هنا عبارة عن مشهد وصفى مؤثر يجذب انتباه القـــراء علـــى أن يكون هذا المشهد متصلا بجوهر القصة الإخبارية وفى الخطوات التالية يكون هنـــاك حرص من جانب المحرر على الاستمرار فى الوصف التفصيلى لدعم النقـــاط التـــى يصفها.

استخدام مقدمة قصصية أو سردية:

والمقدمة فى هذا التطبيق عبارة عن حكايات أو قصص قصيرة مـــسلية تـــروى بأسلوب سردى ثم يتم ربط هذه الحكايات أو القصص بجوهر القصة الإخبارية.

ثانيا : مدخل القصص الحوارية المتسعة

Extended dialogue stories

يعتمد هذا المدخل على سرد اقتباسات من أقوال وتصريحات الشخصيات أو المصادر المشتركة فى القصة الإخبارية، ويتم ذلك من خلال أربع خطوات تبدأ بمقدمة تعتمد على أبراز ما جاء فى حديث الشخص ثم فقرة انتقالية ثم جسم القصة الإخبارية أو تفاصيلها وتعتمد على الاقتباسات والتلخيص ثم الخاتمة أو الخلاصة.

وعند استخدام هذا المدخل يجب أن يكون المحرر قد سجل الحوار الذى دار مع المصادر تسجيلا كاملا حتى يكون أمينا فى الاستعانة بالاقتباس.

ثالثا : مدخل ضمير المتكلم The First person Approach

ويعتمد هذا المدخل على رواية الوائع الاخبارية على لسان المحرر الصحفى ومن وجهة نظره الشخصية، فهذا يخلق نوعا من الحيوية والاحساس بالمشاركة بين المحرر والقراء، ويستحسن فى هذه الحالة أن يكون المحرر شريكا فى الواقعة الاخبارية كأن يكون شاهدا على كل تطورات الواقعة من بدايتها لنهايتها مثل المباريات الرياضية والخطب والانتخابات وأخبار المحاكمات.

رابعا: المدخل الكرونولوجى (ترتيب الأحداث حسب زمن وقوعها)

The Chronolgical Approach

وهو المدخل الذى شاع استخدامه فى بدايات نشأة الصحافة، حيث كانت الأحداث تروى حسب الترتيب الزمنى لوقائعها أو بشكل درامى فتعرض التفاصيل الأقل أهمية فالأكثر أهمية ثم تأتى الذروة أو القمة فى نهاية القصة الإخبارية، وقد عادت الصحف لاستخدام هذا المدخل بعد أن كانت تعتمد بشكل كامل على أسلوب الهرم المقلوب ولكن بعد تطوره ويبدأ هذا المدخل بكتابة مقدمة أما ملخصة لأهم ما فى الحدث أو تساؤلية عن أبرز وقائعه أو وصفية ثم فقرة انتقالية إلى بداية التفاصيل ثم خاتمة تلخيصية.

ويراعى هنا أن تكون طبيعة الحدث ذاته تسمح باستخدام هذا المدخل مثل سقوط طائرة أو قصة اخبارية انسانية... الخ.

خامسا: المدخل السردى Narrative Approach

وهو مدخل يعتمد على أسلوب المقال الذى يسرد الوقائع كما حدثت وبدون وجود ذروة إخبارية فى القصة بل سرد جانب من المعلومات المهمة.

والأشكال الصحفية التى تعرض المادة الاخبارية فى الصحيفة هى:

1- الأخبار القصيرة السريعة Spot News

وهى تقارير سريعة حالية عن الأحداث تجيب على العناصر الرئيسية للحدث بشكل مركز ومختصر دون تقديم تفاصيل الحدث وذلك فى فقرة أو فقرتين على الأكثر، وهى الشكل الغالب استخدامه فى الصفحات الأولى من الجرائد اليومية.

2- القصص الاخبارية News stories

وهى تقارير آنية عن الأحداث المهمة تحتوى على تفاصيل الخبر وجوانبه وتجيب على التساؤلات الرئيسية - وذلك فى أكثر من فقرتين.

3- التقارير الاخبارية News reports

وتقوم على عرض وقائع الحدث وتفاصيله مع خلفياته، ويناسب هذا الشكل التغطية التفسيرية، ويشيع استخدامه فى المجلات الاخبارية العالمية مثل تايم ونيوزويك وغيرها.

ويحقق التقرير الإخبارى الوظائف التالية:

- تقديم معلومات وبيانات جديدة عن حدث أو واقعة لا يستطيع الخبر القصير أو القصة الإخبارية تقديمها بشكل مناسب.

- إبراز زوايا أو جوانب معينة عن حدث أو واقعة.
- تقديم الخلفية التاريخية أو الوثائقية للحدث أو الواقعة التى يتناولها التقرير.
- التقييم الموضوعى للبيانات أو المعلومات الواردة فى التقرير الإخبارى عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التى تدلى بها الشخصيات التى يستشهد محرر التقرير الاخبارى بها.

ويحتوى التقرير الإخبارى على:

أ - معلومات تفصيلية كاملة عن الحدث.

ب- تحليل لهذه المعلومات من خلال التفسير ووضعها فى إطارها العام.

ج- خلاصات أو استنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.

د- توقعات أو تنبؤات بما سيكون عليه المستقبل أو بعض المؤشرات.

ويعتمد نجاح التقرير الصحفى - فى جانب كبير منه - على مدى استفادة محرره من قسم المعلومات فى الصحيفة، حيث يحتاج إلى خلفية بحثية وتعمق فى التفاصيل والأسباب والدوافع والخلفيات التاريخية، وكذلك يستفيد من الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية.

4- *القصة الاخبارية الشاملة* Round up News Story

ويستخدم هذا الشكل الإخبارى فى حالة القيام بتغطية إخبارية شاملة لأحداث متعددة متشابهة ليتم عرضها داخل قصة إخبارية واحدة، أو مجموعة أحداث تقع ويربط بينها خيط أو مضمون واحد أو حدث تدور وقائعه فى أماكن مختلفة وتشترك فيه أطراف عديدة، ومنها على سبيل المثال تغطية وقائع حرب أكتوبر 1973 على جبهات القتال المختلفة فى سيناء والجولان والضفة الغربية، والموقف فى باقى الدول العربية وردود الفعل المحلية والدولية والموقف فى الأمم المتحدة، وهكذا، أو مجموعة

قصص إخبارية عن أحداث السيول التى وقعت خلال يوم واحد فى محافظات صعيد مصر.

5- القصص الإخبارى الجانبية Side Bar News Stories

وهى عبارة عن تقارير إخبارية مختصرة ومكثفة وتتصل اتصالا مباشرا بقصة إخبارية مهمة أو تقرير إخبارى منشور فى الصفحة نفسها أو فى العدد نفسه من الصحيفة، وتبرز هذه القصص عادة الجوانب الإنسانية أو ردود فعل تجاه حدث ما، إضافة إلى عدة أغراض أخرى وهى:

- إبراز تأثير الأخبار المتصلة بها ومغزاها.
- إضافة بعد انسانى لهذه الأخبار.
- إضافة معلومات وخلفيات وردود فعل قد يكون من الصعب وضعها بالصورة المناسبة داخل القصة الاخبارية أو التقرير الاخبارى.

ومن أنماط القصص الاخبارية الجانبية:

1- القصة الجانبية الشخصية Personality

وتقوم برسم صورة شخصية مستخدمة التعبير بالكلمة لبعض الشخصيات البارزة داخل الحدث.

2- القصة الجانبية الانسانية التى تدعو للتعاطف Empathy

وهدفها خلق التعاطف بتقديم نموذج انسانى من خلال قصة اخبارية جادة، ومنها على سبيل المثال قصة الطفلة التى ظلت على قيد الحياة لعدة أيام بدون طعام أو شراب أو رعاية بعد وفاة والديها مختنقين بغاز البوتاجاز.

3- القصة الجانبية التى تقدم ردود فعل Reaction

وتتضمن التعليقات التى تبديها بعض الشخصيات أو الجهات على حدث ما أو تصريح معين.

4- القصة الجانبية النفسية Mood

ويسعى المحرر من خلالها إلى الغوص في أعماق النفس البشرية ليعكس حالتها المزاجية والعاطفية في مواجهة موقف ما مؤثر عليها، ويراعى المحرر هنا التركيز على وصف الجو النفسي وابراز الجوانب التى تجعل القارىء يشعر بالتوحد النفسي مع الأشخاص الذين تم ذكرهم داخل هذه القصة الإخبارية.

5- القصة الجانبية المشرقة أو الباسمة Bright

وهى قصص اخبارية قصيرة يغلب على أسلوبها الفكاهة والسخرية، وهدفها بعث الأمل والتفاؤل والاشراق لدى جمهور القراء الذى يطالع عشرات القصص الإخبارية الجادة المليئة بالأحداث غير السارة أحيانا ، ويلاحظ هنا أن بعض الصحف تحرص على اختيار مثل هذه القصص لتنشرها على صفحاتها الأولى لتسلية القراء وتحقيق نوع من الاسترخاء النفسي والارتياح لديهم.

ويستخدم فى تحرير بعضها أسلوب الهرم المقلوب، حيث تبدأ بمقدمة تحتوى على أهم ما فى القصة ثم فقرة انتقال فالتفاصيل فخاتمة أكثر مرحا ويتبع فى كتابة بعضها الآخر الأسلوب السردى الروائى حيث يحتفظ بالنهاية المفاجئة فى الخاتمة وتروى المقدمة بداية الحدث فتفاصيل ثم ذروة الحدث وهو أكثر أحداثه مرحا واثارة لاهتمام القارىء.

6- القصص الخلفية Backgrounders

وهى قصص اخبارية توضع فى قلب القصص الاخبارية أو التقارير الاخبارية وتحتوى على معلومات وخلفيات تاريخية أو جغرافية أو الدوافع أو الأسباب وراء حدث معين أو الأحداث المشابهة السابقة، ويكثر استخدام هذا الشكل فى الصحف الأسبوعية والمجلات الاخبارية أكثر من الصحف اليومية.

المرحلة الرابعة للتغطية الإخبارية: مراجعة الأخبار

وهى عملية يقوم بها المحرر بعد تحرير الخبر والهدف منها التأكد من تناسب أسلوب تحريره مع طبيعة الوسيلة وهى الصحيفة وسماتها وخصائص قرائها وسياستها التحريرية، ويقوم بهذه العملية بعد ذلك المحرر المراجع Copy reader وقد يحتاج الأمر إلى إعادة صياغة الخبر مرة أخرى أو تعديل بعض أجزائه كالعناوين أو المقدمة، ومن بين الأهداف الأساسية لعملية مراجعة الأخبار التأكد من دقة المعلومات الواردة بها وصدقها ومراجعة أسلوب الصياغة، وهناك بعض الحالات التحريرية الخاصة ومنها:

1- اختصار الخبر News Triming

وذلك بسبب ظروف ضيق المساحة، وقد يتم ذلك أثناء مرحلة ما قبل الطبع وأثناء إعداد الخبر للنشر ويتم الاختصار بحذف بعض الفقرات أو إعادة صياغة الخبر كاملا، أو أثناء مرحلة الاستعداد لطبع الصحيفة، فيتم اختصار الخبر بعد صفه، وفى هذه الحالة تحذف جمل أو فقرات كاملة من الخبر حتى لا تضطر الصحيفة لإعادة صف الخبر كله مرة أخرى.

2- حذف بعض الأخبار (الأقل أهمية) News deletion

3- دمج أكثر من خبر معا News insertion

وذلك فى حالة ما إذا كانت تلك الأخبار تدور حول موضوع واحد وشخصية واحدة وفى هذه الحالة تعاد صياغة الخبر الجديدة.

4- ترحيل بعض الأخبار (البواقى) News Jumping

وذلك بنشر جزء من الخبر فى صفحة ونشر بقيته فى صفحة أخرى وان كانت بعض الصحف ترفض هذه الطريقة تماما.

خلاصة الوحدة الرابعة

بدأت هذه الوحدة بتمهيد سريع يتضمن أشكال الكتابة الصحفية والتحرير والتي تأتى فى ثمان مجموعات رئيسية (الأخبارية، التفسيرية والاستقصائية، الرأى، الخدمات، المتخصصة المجمعة، التسلية، الإعلانية، المصورة) كما تتضمن الوحدة إشارة إلى المكونات الأساسية التى تشكل المواد الخام للمحتوى الصحفى (الأحداث، الأفكار، القضايا، المشكلات، الآراء).

وعرضت الوحدة تفصيلاً للأشكال الصحفية من حيث مفهوم التغطية الإخبارية وأنواعها من حيث المضمون (محايدة، تفسيرية، متميزة أو ملونة) ومن حيث توقيت حدوثها (تمهيدية، تسجيلية، متابعة) ومراحلها المختلفة: مرحلة الحصول على الأخبار وجمعها من مصادرها المختلفة، ومرحلة تقويم الأخبار من خلال عدة معايير (القيم الخبرية، السياسية التحريرية للصحيفة).

وانتقلت الوحدة لمناقشة المرحلة الثالثة وهى تحرير الخبر وطرق راويته التقليدية (الهرم المعتدل، الهرم المقلوب)، كما تستعرض بعض المداخل الحديثة لكتابة المادة الإخبارية (التركيز علي الفرد، القصص الحوارية المتسعة، ضمير المتكلم، الكرونولوجى، السردى) وتقدم الوحدة الأشكال الصحفية التى تعرض المادة الاخبارية (الخبر القصير، القصة الاخبارية، التقرير الإخبارى، القصة الإخبارية الشاملة، القصص الإخبارية الجانبية).

وعرضت الوحدة لبعض الأشكال الصحفية التى تعرض من خلالها الادة الإخبارية فى وكالات الأنباء (الخبر الخاطف أو الفلاش، المسبق، العاجل المستمر، الاضافات، التحليل الشامل، الأخبار الخاصة).

وانتهت الوحدة بالمرحلة الرابعة للتغطية الإخبارية الخاصة بمراجعة الأخبار، وتنتهى ببعض الحالات التحريرية الخاصة (الاختصار، الحذف، الدمج، الترحيل)

أسئلــة وتطبيقـــات الوحــدة الرابعـــة

1- حدد المقصود بكل من المصطلحات التالية:

- اختصار الخبر News Trming.
- المتابعة Follow up
- مدخل ضمير المتكلم
- القصة الإخبارية الشاملة
- القيم الخبرية
- الفلاش
- فقرة الربط
- وكالات الأنباء
- التغطية التفسيرية
- المراسل

2- ناقش العبارات التالية موضحا رأيك:

- الوظيفة الصحفية هى التى تخلق الشكل الصحفى المناسب لها.
- أفضل أنواع المراسلين الصحفيين هو الذى يقيم بصفة دائمة فى بلد ما ليغطـــى أخبارها ويزود صحيفته بها.
- هناك تضيف واحد للقيم الخبرية يمكن تطبيقه عند تقييم الأخبار فى أى صحيفة فى أى بلد فى أى فترة تاريخية.
- لابد من صياغة الأخبار الصحفية دائما .وفق طريقة الهرم المقلوب.
- المدخل الكرونولوجى يصلح كمدخل لصياغة أى قصة اخبارية مهمـــا كانـــت طبيعة الأحداث التى تتضمنها وتعرض لها.

3- قدم نماذج لأحداث صحفية تصلح لمعالجتها بكل شكل مـــن الأشـــكال الاخباريـــة التالية:

- القصة الاخبارية الشاملة Round up News Story

- قصة جانبية انسانية.
- قصة خلفية.
- تقرير إخبارى.
- قصة جانبية نفسية.

4- أمامك عناوين بعض الأخبار والمطلوب منك تحليلها موضحا المطلوب.

- مبارك يناقش أوضاع دارفور مع أمين الدفاع الليبى..
- وزير الشباب يقيل مرتضى منصور رئيس نادى الزمالك ويحل مجلس الإدارة.
- روسيا تنتج مادة مضادة لفيروس انفلونزا الطيور.
- مصرية تضع 6 توائم.

(أ) العناصر أو القيم الخبرية الأساسية فى كل خبر.

(ب) نوع كل خبر.

(جـ) مصادر معلومات الصحفى فى كل خبر.

(د) نوع التغطية المقترحة لكل خبر.

(هـ) رتب هذه الأخبار حسب أهميتها للنشر فى صحيفة عامة (اقترح اسمها) مبرراً ذلك.

(و) حدد الشكل الإخبارى الأنسب لكل جزء من هذه الأخبار

انشطة يقوم بها الدارس

1- اختر قصة إخبارية منشورة فى صحيفتك اليومية التى تتابعها وحللها تحليلا نقديا فى ضوء الأسس العلمية التى درستها، ثم حاول إعادة صياغتها مرة أخرى مستخدما إحدى المداخل الجديدة لتحرير المادة الإخبارية.

2- قارن خلال يوم معين بين الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها المواد الإخبارية فى عدة صحف يومية (قومية - حزبية - خاصة) موضحاً الفروق، وأوجه الاتفاق مبرراً ذلك فى ضوء فهمك للسياسة التحريرية لكل من هذه الصحف.

3- اختر حدثا تراه مهما وحاول أن تقترح كيفية تغطية إخباريا وتقديمه فى شكل قصة إخبارية شاملة، واقترح القصص الإخبارية الجانبية التى يمكن أن تصاحبه، وحاول صياغته مستخدما أحد المداخل التى درستها لصياغة القصة الاخبارية.

مراجع الوحدة الرابعة

(1) محمود علم الدين: التحرير الصحفي: المفهوم والجوانب العلمية، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، 774، أكتوبر / ديسمبر 1994.

(2) ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، القاهرة: دار السحاب، 2004.

(3) سماح جمال محمد أحمد: الأساليب المستحدثة في التغطية الإخبارية: دراسة مقاربة بين جريدتي الأهرام المصرية وهيرالد تريبيون الأمريكية عام 1999، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب جامعة أسيوط، 2002.

(4) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، جدة، دار الشروق، 1981.

(5) جلال الدين الحمامصي: من الخبر إلى الموضوع الصحفي، دار المعارف، 1994.

(6) محمود خليل: الخبر الصحفي: دراسة أسلوبية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1998.

(7) Baskette, Floyd K. the Art of Editing, The Macmillan Company, New York, 3ed edition, 1982.

(8) Kennedy, George and others, News Reporting and Writing, Martins, Press, New York, 1980.

(9) MacDougal, Curtis: Interpretative Reporting, Macmillan Publishing Co., Eighth edition, New York, London, 1982.

(10) Metzler, Ken: Newsgathering, Prentice - Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1979.

الوحدة الخامسة

الاشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية

الوحدة الخامسة

الأشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يشرح الخصائص التى تميز كل شكل من الأشكال التفسيرية والاستقصائية.

2- يميز بين الأشكال الاستقصائية والتفسيرية المختلفة.

3- يقيم ما تقدمه الصحف من الأشكال الإستقصائية والتفسيرية فى ضوء الأسس العلمية التى درستها.

4- يحرر الحديث والتحقيق بتوالبها المختلفة وأجزائها المختلفة وفق ما درسه.

عناصر الوحدة:

1- الحديث الصحفى Interview.

2- التحقيق الصحفى.

3- موضوع المعالم Feature.

4- الحملة الصحفية Campaign.

5- خلاصة

6- أسئلة.

7- أنشطة.

8- مراجع.

1- الحديث الصحفي Interview

تعـريفــه:

الحديث الصحفي هو عبارة عن لقاء أو مقابلة تتم بين محرر صحفي أو أكثر وبين شخصية أو أكثر للحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق حول بعض الأحداث أو القضايا أو الموضوعات أو التعرف على وجهات نظر هذه الشخصية أو آرائها فى أمور تشغل الرأى العام أو لالقاء الضوء على ملامح هذه الشخصية وتعريف القراء بها أو لتسلية القراء وإمتاعهم عن طريق سرد الأحداث الطريفة أو الخفيفة أو كل هذه الأهداف معا.

والحديث أو المقابلة قد يكون وسيلة أو أسلوب أو أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات للعديد من الأشكال الصحفية الأخرى كالأشكال الخبرية وكذلك للتحقيق الصحفى، وأشكال مادة الرأى، وهناك مقولة شهيرة فى الأوساط الصحفية هى: "الأحاديث تصنع الأخبار" "Intervews make news".

أما الحديث الصحفى – الذى نتعرض له هنا – فنعنى به نشر المادة الصحفية التى تم الحصول عليها عن طريق المقابلة الشخصية أو التليفونية – وأحيانا تعد أسئلة مكتوبة وتترك للمتحدث معه أو ترسل له – فى شكل صحفى مستقل هو الحديث الصحفى.

الخطوات التى تمر بها عملية اعداد الحديث الصحفى:

أولا: اختيار الشخصية:

ويراعى عند اختيار الشخصية التى يجرى معها الحوار ما يلى:

1- أن تكون شخصية مهمة أو معروفة أو مشهورة، أو جعلت منها الأحداث أو الظروف شخصية مهمة.

2- أن يكون الموضوع التى تتحدث فيه الشخصية قيما ومهما بالنسبة لقراء الصحيفة التى تنشر هذا الحوار.

3- مراعاة أن يتم اختيار الشخص المناسب للحديث في موضوع الحوار سواء أكان متخصصا أو مسئولا أو مواطناً عادياً، وتجنب - قدر الامكان - اختيار الشخصيات المستعدة دائما لأن تتحدث فى أى موضوع.

4- المقارنة بين الشخصيات القادرة على الحديث فى الموضوع نفسه لاختيار الشخصية التى تعرف أكثر عن هذا الموضوع أو الأقرب إليه أو الأقدر على أن تضيف فيه جديدا ومهما لقراء الصحيفة، وتتدخل السياسة التحريرية للصحيفة فى عملية الاختيار.

ثانيا: إجراء دراسة تمهيدية استطلاعية حول الموضوع الذى يدور حوله الحوار للتعرف على جوانب هذا الموضوع:

وذلك من خلال مصادر المعلومات الخاصة بالصحفى (الأرشيف الخاص به ورقياً أو اليكترونياً أو مكتبته الخاصة أو اتصالاته الخاصة) أو مصادر المعلومات الخارجية (مراكز أو أقسام أو بنوك المعلومات أو شبكات المعلومات كالانترنت) **ويفيد ذلك فى الجوانب التالية:**

1- مساعدة المحرر الصحفى فى صياغة الأسئلة المحددة المعتمدة على المعلومات الدقيقة لا الأسئلة العامة غير المحددة التى يغلب عليها الطابع الانشائى كما تعينه فى ترتيبها.

2- اختيار جوانب وأبعاد وزوايا لم تسبق معالجتها فى موضوعات صحفية أخرى مما يجعل الحديث يشكل اضافة جديدة للقارىء لا تكرارا مملا لما سبق أن تناولتها صحف أخرى أو محررون صحفيون آخرون.

3- مساعدة المحرر الصحفى فى معرفة ما يريد الحصول عليه بدقة.

4- مساعدة المحرر الصحفى فى إدارة الحوار والمناقشة بحيث لا يبدو جاهلا أو مجرد متلقى فقط أو جهاز تسجيل يطرح أسئلة ويسجل اجابات دون أن يكون له دور إيجابى فى إثارة نقاط جديدة تثرى الحوار وتجعله أكثر حيوية، كما أنها تعدد بمثابة المحك أو المعيار الذى يتأكد المحرر الصحفى من خلاله من دقة المعلومات التى قد يطرحها المتحدث معه ويستطيع المحرر الصحفى أيضا أن يستعين ببعض هذه المعلومات والبيانات كخلفيات وكمادة خصبة عند صياغة الحوار فى شكله النهائى مما يزيد من استفادة القارىء.

5- ادراك المتحدث معه أن المحرر الصحفى على دراية بالموضوع يجعله يدخــل فى أعماق الموضوع لا أن يكتفى بطرح مجرد معلومات حوله.

ثالثاً: الاستعانة بالمعلومات المتوفرة حول شخصية المتحدث معه وسيرته الشخصية ومؤهلاته وخبراته والوظائف التى تقلدها وآرائه السابقة وتصريحاته:

وذلك من خلال الاستعانة بالارشيف الخاص به فى قسم المعلومات الصحفية – أن وجدت، أو محاولة جمع بعض المعلومات من المصادر الأخرى الحية وغير الحية، المتصلة به، **وتفيد هذه العملية فى تحقيق ما يلى:-**

1- فهم شخصية المتحدث معه، والمدخل المناسب لها، مما يعين المحرر الصحفى فى إدارة الحوار معه شكل ناجح.

2- التعرف على أفكاره السابقة وتصوراته حول الموضوعات والقضايا المختلفة وكذلك الموضوع أو القضية موضوع الحديث، مما يساعد فى صياغة الأسئلة وإدارة المناقشة ودراسة مدى الاتفاق أو الاختلاف فى هذه الآراء وأسبابه، وهل حدث هذا نتيجة لتطور طبيعى أم لاختلاف موقع المتحدث معه.

وفى هذا المجال قد يكون مفيدا الاطلاع على ملف الصور الخاص بالمتحدث معه إذا كان ذلك متوفرا لاسيما إذا لم تكن هناك معرفة سابقة بين الصحفى والمتحدث معه، فالصور قد تعطى المحرر الصحفى انطباعات معينة عن شخصية المتحدث، وان كانت

ليست بالضرورة صحيحة، كما قد يعفيه من الحرج الذى قد يقع فيه إذا ذهب إلى المتحدث معه وهو لا يعرف ملامحه على الأقل.

رابعاً: تحديد الأسئلة واعدادها وترتيبها:

فى ضوء أهداف الحديث المحددة وبالاستعانة بالدراسة التمهيدية التى تمت لكل الكتابات أو الأحاديث السابقة للمتحدث معه والتى سبق نشرها حول موضوع الحديث يتحدد المضمون أو النقاط الرئيسية والفرعية التى سيتناولها الحديث، وفى بعض الأحيان يكتفى المحرر الصحفى بهذه النقاط كمؤشرات يدير حولها الحوار بحيث يكون هناك حرية أكبر فى الحوار والمناقشة ولكن الأفضل فى معظم الحالات أن يتم ترجمة كل نقطة من هذه النقاط إلى مجموعة من الأسئلة المحددة ويراعى عند صياغة الأسئلة **ما يلى:-**

1- تجنب الأسئلة التى قد توحى بإجابة معينة وخاصة فى حالة أسئلة الرأى والتى لا تفيد فى معرفة الرأى الحقيقى للمتحدث معه.

2- الابتعاد عن الأسئلة التى تحتمل الإجابة بنعم أو لا خاصة مع نوعية من المصادر تتسم بأنها قليلة التحدث مع الصحف بطبيعتها أو لديها رغبة التهرب من الإجابة على نوعية معينة من الأسئلة.

3- عدم تعرض السؤال الواحد لأكثر من موضوع بحيث يتضمن السؤال فكرة واحدة أو نقطة قائمة بذاتها.

4- الابتعاد عن الأسئلة الطويلة التى قد تدفع المتحدث معه إلى الملل، أو تجعله عاجزاً عن فهم المطلوب بشكل محدد.

5- تجنب الأسئلة الغامضة أو غير الواضحة أو غير المحددة.

6- عدم صياغة الأسئلة بأسلوب استفزازى أو هجومى أو ساخر أو مثير للشك أو بصورة يبدو فيها أن المحرر الصحفى يتخذ موقفا مسبقا من المتحدث معه أو من الموضوع الذى يسأل عنه.

7- استخدام الأسلوب غير المباشر فى الأسئلة الذى قد يجد المتحدث معه حرجا فى الإجابة عليها خاصة إذا كانت الأسئلة عنها مباشرة.

8- تجنب توجيه أسئلة حول موضوعات لا تدخل فى دائرة تخصص أو مسئولية المتحدث معه، فطرح مثل هذه الأسئلة قد يدفعه إما للتهرب من الحوار كلية، أو الاضطرار للخوض فى مجالات وموضوعات لا يعلم عنها الكثير، وهذا كله يضعف الحوار ويقلل من قيمته.

9- ترتيب الأسئلة، بحيث يقود كل سؤال للآخر، ويكمل كل منها الآخر، بحيث لا يعود الصحفى للسؤال حول نقطة متصلة بموضوع فرعى معين سبق أن سئل عنه من قبل.

خامساً: الاستعداد لإجراء الحديث أو المقابلة الصحفية أو الحوار:

لابد أن تتم المقابلة - كما سبق الإشارة - بناء على خطة تحدد فيها الأهداف التى يسعى المحرر الصحفى لتحقيقها من وراء هذا الحديث سواء كانت الحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق أو التعرف على آراء أو وجهات نظر معينة أو إلقاء الضوء على ملامح الشخصية وأبعادها المختلفة وتطورها وظروف حياتها وإسهاماتها المختلفة الفكرية والاجتماعية والإنسانية والسياسية. وفى هذه المرحلة أيضا لابد من تحديد المكان المناسب للمقابلة مع مراعاة أن يكون هذا المكان ملائما لكل من المحرر الصحفي والشخص الذى يجرى معه الحوار بقدر الامكان وأيضاً تحديد الموعد المناسب لإجراء المقابلة.

ويتوقف نجاح المحرر الصحفى فى إدارة الحديث على:

1- ما يملكه من مهارات اتصالية تجعله قادراً على كسب ثقة من يجرى معهم أحاديث ويتحقق هذا من خلال إدراكه ان لكل إنسان المدخل المناسب له الذى قد يختلف بل أنه يختلف بالضرورة عن آخرين، كما أن هذه المهارات تفيده فى تهيئة الجو النفسى المناسب والملائم لاجراء الحوار فى جو ودى وفى إدارة الحوار والطريقة التى يتبعها فى القاء الأسئلة خاصة ما قد يكون منه- ا محرجاً أو حساساً وفى سرعة التصرف فى الظروف المختلفة، ورغم أن جزءا من هذه المهارات قد تكون فطرية، إلا أن الصحفى يمكن أن يطور وينمى مهاراته الاتصالية بالتدريب المستمر.

2- تمكن المحرر من أدواته الصحفية مثل دراسة موضوع الحوار دراسة جيدة، وكذلك دراسة الشخصية التى يجرى معها الحوار واستيعابه الكامل للسياسة التحريية ومتابعته وملاحقته للأحداث الجارية وقضايا الساعة ومهاراته الفنية التى يصقلها دائما بالممارسة والدراسة وملاحقة التطورات الجديدة فى مجال الفن الصحفى.

3- الظروف المكانية والنفسية التى يتم فيها إجراء المقابلة مثل (منزل المتحدث معه - مكان عمله - مكان عام) حالة المتحدث معه النفسية (قد يكون متوترا أو منفعلاً أو غاضباً) وكذلك حالته الصحية، فقد يكون ثقيل السمع مثلا أو مريض، الصورة الذهنية لدى كل من الصحفى والمتحدث معه عن الآخر ولو أن كلاهما قد لا يترجم هذه الصورة فى شكل تعبيرى مباشر.

وعلى المحرر الصحفى أن يسعى لخلق أفضل جو ممكن للمقابلة يسمح للمتحدث معهم بحرية إبداء آرائهم وطرح معلوماتهم وهذا يتطلب منه أن يتعلم كيف يستمع إلى ما يقال جيدا ويعطى الفرصة للآخرين للتعبير عن وجهات نظرهم ومن الأمور التى تساعد على ذلك أيضا أن يكون المظهر الخارجى للصحفى بسيطا غير مغال فيه وأن يكون متواضع وأن يظهر للمتحدث معه بشكل دائم احترامه وعدم تحيزه، والتحيز لا

يكون مقتصراً فقط على الاتجاه السياسى، بل قد يكون التحيز خاصا بالمستوى المعيشى للمتحدث معهم أو آرائهم أو معتقداتهم أو اتجاهاتهم.

سادساً: إجراء الحوار:

يجب أن يذهب المحرر الصحفى إلى المتحدث معه فى المكان والموعد المحدد الذى تم الاتفاق عليهما، والالتزام بالموعد هنا من العوامل التى تجعل المتحدث معه يثق فى الصحفى ويحترمه.

وفى بداية إجراء الحديث، على المحرر الصحفى أن يمهد الجو المناسب الذى يسمح بأن تبدو عملية طرح الأسئلة تلقائية طبيعية، ويستحسن فى هذه الحالة ألا يبدأ فى القاء الأسئلة مباشرة، بل قد ينتقى موضوعا عاما أو مشتركا بينهما أو موضوعا طريفا أو موضوعا يشكل اهتماما خاصا أو شخصيا للمتحدث معه ليدير حوله حوارا قصيرا ويتوقف اختياره لهذا الموضوع على مهارته وعلى فهمه لما يمكن أن يجعل المتحدث معه يتخلص من التوتر الذى قد يشوب عملية إجراء الحديث ويشعر بالاطمئنان والارتياح للصحفى وبمجرد أن يدرك الصحفى أن هذا قد تحقق فعلا عليه أن يبدأ بطرح أسئلته الخاصة بموضوع الحديث.

وهناك مجموعة من الأمور التى قد يفيد مراعاتها أثناء طرح الأسئلة منها:

1- أن يكون المحرر الصحفى هادئاً متزناً يطرح أسئلته بصوت واضح.

2- البطء فى القاء السؤال بالدرجة التى تسمح للمتحدث معه بمتابعة الصحفى وفهم سؤاله، وينبغى هنا ألا يعتمد الصحفى على القاء الأسئلة من الورقة التى أعدت فيها، بل عليه أن يكون مستوعبا للأسئلة ثم يلقيها بعد ذلك من ذاكرته.

3- إلقاء سؤال واحد فى كل مرة.

4- الإنصات للمتحدث معه بشكل جيد وإعطائه الوقت الكافى للإجابة، بل أنه قد يكون من الأفضل الانتظار لدقيقة بعد أن ينتهى المتحدث معه من اجابته حتى يعطيه الفرصة للإضافة إذا أراد، وليشعره أنه يتوقع المزيد.

5- عدم مقاطعة المتحدث معه أثناء إجابته حتى ولو كان المتحدث معه من النوعية التى تحب أن تتحدث طويلاً وكثيرا خارج موضوع الحديث عن ذكرياتها وتجاربها وخبراتها وانجازاتها، فمهارة الصحفى هنا أن يشعر المتحدث معه أنه مهتم للغاية بمتابعة حديثه والاستفادة من تجاربه وذكرياته، وفى الوقت نفسه يسعى بلباقة وبطريقة رقيقة مهذبة إلى أن يربطه مرة أخرى بموضوع الحديث الأساسى، وألا يظهر امتعاضا أو نفاذ صبر أو عدم ارتياح إذا أطال المتحدث معه أو كرر نفسه حتى لا يؤثر هذا على الجو النفسى للمقابلة وألا يحاول فرض حكمه أو آرائه على المتحدث معه، وأن يحاول ملاحظة تعبيرات وجه المتحدث والتغيرات التى قد تحدث فى نبرات صوته وغير ذلك من الاستجابات السلوكية ذات الدلالة.

6- تجنب القاء الأسئلة بأسلوب الاستجواب أو التحقيق البوليسى.

7- تجنب قيام المحرر الصحفى باكمال الجمل للمتحدث معه حتى لو لاحظ أن الشخص يتلمس الكلمات بصعوبة لأنه قد يخطىء فى ذلك مما قد يدفع المتحدث معه لإحراجه برأى مخالف أو التغاضى عن ذكر ما كان يقصده منها فعلا بهدف إحراج الصحفى.

8- عدم الإسراف فى التعاطف مع المتحدث معه.

9- عدم إظهار المحرر الصحفى انبهاره أو استغرابه أو دهشته إذا قال المتحدث معه حقائق معينة لم يكن الصحفى يتوقعها، وان يكون متحفظا فى إظهار شعوره نحو ما يسمع.

10- أن يكون الصحفى شريكا فعالا فى الحوار لا مجرد مستمع فقط أو موجه للأسئلة، ولا مانع من أن يقوم بالتعقيب المناسب وابداء وجهة نظر معينة إذا تطلب الأمر.

11- أن يكون الصحفى مرنا أثناء إجراء الحوار، فليس معنى ترتيب الأسئلة وتحديدها قبل إجراء الحوار أن يلتزم الصحفى بذلك التزاما كاملا وحرفيا فقد يجد أن اجابة المتحدث معه على أحد أسئلته قد تضمنت فعلا إجابة على سؤال كان ترتيبه متأخرا، وقد تتضمن إجابة المتحدث معه على سؤال معين إجابة عن سؤال آخر فى الوقت نفسه فلا داعى لأن يكرر الصحفى القاء هذا السؤال مرة أخرى.

وهناك طريقتان لتسجيل نص الحديث الصحفى أو الحوار:

الطريقة الأولى: وهى الأفضل أن يتم تسجيل نص المقابلة أو الحديث باستخدام جهاز للتسجيل، مع ضرورة استئذان المتحدث معه قبل ذلك، فبعض الأشخاص مازالوا يشعرون بالتوتر والرهبة إذا تكلموا أمام ميكروفون جهاز التسجيل مما قد يخلق حاجزاً نفسيا قد يفقد الحديث الصحفى الكثير من المعلومات والآراء الجديرة بالاهتمام بل قد تحد من حرية التعبير ويفقد الحوار جانباً من التلقائية المطلوبة، بل أن التسجيل أحياناً قد يدفع المتحدث معه إلى الافتعال والتصنع، وان كانت هذه الطريقة تتميز بالدقة خاصة إذا ما أردنا أن ننقل رأياً للمتحدث معه بنصه لا صياغته بأسلوب المحرر الصحفى الذى قد يغير فى جوهر الرأى دون قصد أحياناً.

كما أن تفرغ الصحفى لإدارة الحوار والمناقشة مع المتحدث معه تتيح له المشاركة الايجابية فى الحوار وملاحظة تعبيرات المتحدث معه ونبرات صوته وهما أمران كما سبق الاشارة لهما دلالاتهما، وان كان من المفيد أن يصحب ذلك قيام المحرر الصحفى بتسجيل بعض النقاط المهمة أثناء الحوار، والتى قد تعينه كثيرا فى صياغة الحوار غير أن عملية التسجيل تتطلب أيضا من الصحفى أن يتأكد قبل بدء المقابلة من سلامة الجهاز وأنه يعمل بالفعل من خلال إجراء تجربة عليه ولابد أن

يحتفظ الصحفى معه ببعض البطاريات التى قد يضطر لاستخدامها بدلا من الكهرباء، كذلك عليه أن يحضر معه كمية مناسبة من شرائط الكاسيت الفارغة لاستخدامها إذا تطلب الأمر.

أما الطريقة الثانية: فهى الاعتماد على التسجيل فى مفكرة أو أوراق خاصة بالمحرر الصحفى، وهذه الطريقة أصبحت مهجورة من جانب معظم الصحفيين لاحتياجها إلى التفرغ الكامل من جانب الصحفى كما أنها قد تصرفه عن المشاركة بشكل ايجابى فى المناقشة والحوار، فضلاً عن أن النقل من التسجيل اليدوى فى بعض الأحيان كما أشرنا - قد لا يكون أميناً عن قصد أو عن غير قصد.

سابعا : تحرير الحديث الصحفي:

وتمر هذه المرحلة بخطوات ثلاث هي:

1- التمهيد لصياغة الحديث فى شكله النهائى من خلال:

- مراجعة المادة الصحفية التى تم الحصول عليها سواء أكانت آراء أو معلومات أو حقائق وبيانات للتأكد من أنها كاملة وليس هناك نقاط منها تحتاج لاستكمال من المتحدث.
- اعداد المواد المصورة المصاحبة للحديث سواء أكانت صورا فوتوغرافية أو رسوما ساخرة أو تعتبيرية أو توضيحية.

2- اختيار الصيغة أو الأسلوب الذى يتناسب مع طبيعة موضوع الحديث والمادة التى تم الحصول عليها ليصاغ بها الحديث.

وفى هذا الصدد هناك عدد من الصيغ أو الأساليب منها:

(أ) الطريقة التقليدية التى تقوم على سرد السؤال والإجابة عليه (س، ج)، وان كان يعيب هذه الطريقة أنها أحياناً قد تبعث على الملل وتبدو أقرب إلى شكل التحقيق البوليسى، ورغم هذا فقد يكون استخدامها ضروريا فى حالة ما إذا كان المحرر

يخشى إساءة الفهم أو التفسير لبعض التصريحات التى تدلى بها بعض الشخصيات إذا ما صاغها بأسلوبه الخاص، وذلك فى حالة الأحاديث التى تجرى مع كبار الشخصيات مثل الملوك ورؤساء الدول أو الزعماء والقادة السياسيين والعسكريين كما أن هذه الطريقة تلائم المحرر الصحفى المبتدئ الذى مازال لم يكتسب بعد الخبرة الكافية التى تسمح له بأن يكون له أسلوبه المتميز.

(ب) طريقة تعتمد على حذف نص الأسئلة التى طرحها الصحفى، مع صياغة اجابات المتحدث معه بأسلوب يفهم منه السؤال المطروح المحذوف، وتتطلب هذه الطريقة مهارة خاصة من الصحفى، بحيث يستطيع أن يضمن الإجابة ذلك.

(جـ) الاعتماد على اقتباسات من أقوال المتحدث معه يتخللها فقرات تربط بين هذه التصريحات قد تكون عن السيرة الشخصية للمتحدث عنه أو وصف للمكان أو الزمان أو الجو النفسى الذى دار فيه الحوار، بشرط أن تكون كل فقرة ربط تتصل بشكل أو بآخر مع طبيعة التصريحات التى تسبقها أو تتبعها.

وتضفى هذه الطريقة حيوية على الحديث، وتجعل القارىء يشعر بالتجاوب والمشاركة مع الشخصية التى يجرى معها الحوار.

(د) المزج بين الاعتماد على اقتباسات من نص اقوال المتحدث معه حول موضوعات معينة والأقوال المصاغة بأسلوب المحرر الصحفى نفسه فى جوانب أخرى ويفضل أن تكون الأولى خاصة بآراء الشخصية والثانية تتصل بمعلومات أو حقائق أو بيانات يوردها المتحدث معه.

(هـ) أن يقوم المحرر بصياغة الحديث كله بأسلوبه الخاص فى شكل سردى أقرب ما يكون للمقال، أو فى شكل قصصى روائى يبدو فيه تصاعد المواقف وذروة للأحداث أو حبكة أو حل للحبكة... الخ.

ويحتاج هذا أولا أن يكون المحرر قد وصل إلى درجة من الخبرة الصحفية والتمرس جعلت له أسلوبه الصحفى المتميز، كما يتطلب ثانيا أن تكون طبيعة

التصريحات أو المعلومات والحقائق التى حصل عليها المحرر الصحفى تسمح له باستخدام هذا الشكل، خاصة فى حالة استخدام الأسلوب الروائى الأقرب للقصة الأدبية وان كان البعض يرى أن هذا قد يفقد الحديث الصحفى خاصية من خصائصه المهمة وهى الاعتماد على الحوار الذى يضفى حيوية على الحديث، وان كان استخدام هذا الشكل يحقق تنويعا.

3- تحرير الحديث إعتماداً على الصيغة التى تم اختيارها، وللحديث أجزاء أساسية هى:

أ - العناوين الرئيسية.

ب- مقدمة الحديث.

ج- جسم الحديث.

د - الخاتمة.

وان كان المحرر الصحفى يبدأ تحرير الحديث الصحفى بالمقدمة فعليا، ثم باقى الأجزاء بعد ذلك.

وهناك عدة أشكال مختلفة لمقدمات الأحاديث الصحفية:

1- **مقدمة خبرية**، تركز على خبر مهم أو تصريح جديد مهم جاء على لسان المتحدث معه.

2- **مقدمة تلخيصية**، تلخص أهم الأفكار كالحقائق والمعلومات أو وجهات النظر التى طرحها المتحدث معه.

3- **مقدمة الوصف**، وقد تعتمد هذه المقدمة على وصف الأشخاص المتحدث معهم من حيث سماتهم وخصائصهم الجسمية والنفسية ووصف المكان الذى دار فيه الحوار أو الجو النفسى للحوار أو وصف لتصرف أو سلوك غير متوقع.

4- **مقدمة الحوار**، وتعتمد على ابراز جزء مهم من الحوار الذى دار بين المتحدث معه والمحرر الصحفي.

5- **المقدمة الاقتباسية**، حيث تبدأ المقدمة بأقوال أو تصريحات مهمة مقتبسة بالنص كما وردت على لسان المتحدث معه.

6- **المقدمة القنبلة**، عبارة عن جملة واحدة قصيرة وموجزة ولكنها تباغت القارىء بما لم يكن يتوقعه أو ينتظره فتحدث تأثير القنبلة.

7- **مقدمة التساؤل**، وهى تطرح أهم الأفكار التى سيتناولها الحديث فى شـــكـــل مجموعـــة تساؤلات بحيث يجيب جسم الحديث عن هذه الأسئلة.

8- **مقدمة التباين أو التناقض**، وتعتمد هذه المقدمة على ابراز التناقض بين بعض الأمور أو الوقائع أو الحقائق أو التصريحات أو المعلومات.

وينبغى عند اختيار نوع معين من هذه المقدمات مراعاة أن يتناسب نوع هذه المقدمة مع طبيعة المادة الصحفية نفسها.

تحرير العناوين الرئيسية:

تحتاج صياغة العنوان إلى مهارة وخبرة، بل وموهبة، وقدرة على استعمال الألفاظ إلى جانب الثراء اللغوى الذى يتمكن معه المحرر من التقاط الكلمات المناسبة معنى ومساحة، وقد يحتاج الأمر إلى اختيار بعض الألفاظ محددة الحروف لكى تعبر عن المعنى المطلوب.

فالمعضلة الأساسية فى تحرير العنوان هى كيف يمكن صياغة عنوان يقول ما يريده المحرر فى أقل عدد ممكن من الكلمات.

ولا يبدأ المحرر الصحفى فى تحرير العنوان إلا بعد الانتهاء من تحرير موضوعه ومقدمته، ذلك لأنه من الضرورة ربط المقدمة بالعناوين، لأن العنوان هو المدخل إلى المقدمة.

ومن شروط العنوان الجيد:

1- أن يجذب القارىء إلى قراءة المقدمة لا يصرفه عنها نهائيا .

2- ألا يقول العنوان كل شيء بحيث يشعر القارىء بأنه لا أهمية لقراءة الموضوع نفسه.

3- تجنب الحشو اللفظى الذى يجعل من قراءة العنوان أو العناوين عملية شاقة ترهق العين وتتداخل فيها الحروف أثناء القراءة ولذا ينبغى اختصار الالفاظ أو الكلمات غير الضرورية.

4- عدم تكرار استعمال الكلمة نفسها فى سطر العنوان نفسه.

5- العمل بقدر الامكان على أن يكون كل سطر من سطور العنوان مستقلا بذاته، يحمل معنى متكاملا، وفى حالة الاضطرار إلى استكمال المعنى فى سطرين ينبغى أن يجمعان من حجم واحد للحروف.

6- فى حالة العناوين التساؤلية ينبغى أن تكون هناك إجابات على هذه التساؤلات فى جسم الحديث.

7- عدم التكرار فى أفكار العناوين.

8- تجنب العناوين الغامضة.

9- تجنب استخدام الألفاظ التى يمكن أن تنطق بصورتين مختلفتين وتعطى معنيين نظرا لأن حروف الطباعة قد لا يتم تشكيلها بل ينبغى اختيار الألفاظ القاطعة فى النطق بما لا يحتمل الواحد منها نطقين.

10- أن يكون محددا بحيث لا يعطى استنتاجا لا يتفق مع جوهر الحديث نفسه.

2- التحقيـــق الصحـــفـى

تعريفه

التحقيق الصحفى هو عبارة عن تحرى ودراسة وبحث حول قضية معينة أو ظاهرة أو فكرة تشغل اهتمام الجماهير فى وقت ما ويدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التى تحتاج لإجابة وكذلك بعض المشكلات التى تحتاج لحلول من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة المتصلة بها سواء أكانت حية أو غير حية، وإجراء سلسلة من اللقاءات والبحث فى الوثائق والتقارير والملفات، وذلك كله سعيا وراء الوصول فى النهاية إلى حلول أو اجابات لها.

وهناك نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفى:

1- التحقيق الصحفى الطويل المفصل (والمعتمد أساساً على الكلمة):

تكون فيه الكلمة هى الأساس تعاونها المواد المصورة (صور - رسوم - أشكال توضيحية)، ويبذل المحرر قصارى جهده فى الالتقاء بالمصادر وقراءة الوثائق والاستعانة بكل وجهات النظر والآراء المؤيدة والمخالفة لوجهة نظر المحرر، وقد يستعين فى تحليله وتفسيره بالحاسبات الاليكترونية التى تعطى البيانات مصنفة مبوبة مجدولة جاهزة للتحليل.

ويستفيد التحقيق الصحفى الطويل المفصل من التيارات الصحفية الجديدة بشكل مكثف، فمن حيث الرؤية أو الفكرة أو التخطيط يستفيد من تيار استخدام أدوات ومناهج البحث العلمى الاجتماعى وتقنياته خاصة (مجال العلوم السلوكية) فى التخطيط للتحرك الصحفى، ثم فى جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها، للوصول إلى خلاصات منها مثل: الملاحظة بالمشاركة والتجربة الميدانية والدراسة المنظمة للوثائق واستقصاء الرأى العام، معتمدا على تطبيق بعض معايير أو سمات المنهج العلمى: كالقياس الكمى للظاهرات وفرض الفروض واختبارها وقياس الثبات والصدق والاستنتاج السببى.

وخطوات معالجة البيانات، ولعل هذا يظهر بوضوح فى التحقيقات الصحفية التى أجرتها مدرسة وصحفيو اتجاه (صحافة التحديد والتدقيق) "Precision Journalism" التى تزعمها Philip E Meyer وزملاؤه وتلاميذه منذ عام 1972 وحتى الآن.. وظهر تطبيقها العملى فيما سمى بعد ذلك بالتغطية الاستقصائية، التى تتخذ شكل التحقيقات الصحفية الكاشفة التى قد تنشر فى يوم واحد أو أكثر.

2- *التحقيق الصحفى المصور:*

ويعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسى، وتعد الكملة أو المتن هنا عاملا مساعدا أو معضدا للصورة، وتخصص بعض الجرائد صفحات يومية لهذا النوع من التحقيقات، وهناك وكالات صحفية متخصصة فى هذا الشكل الصحفى على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، وأوربا الآن.

ويقسم الدكتور محمود ادهم التحقيق الصحفى إلى الأنواع التالية:

1- التحقيق الصحفى العام وينقسم إلى عدة أقسام من أهمها:

(أ) التحقيق العام المشوق:

ويكون التشويق هو ابرز سماته والخط الأساسى فيه ويهدف إلى التثقيف والتسلية الرفيعة والامتاع الذهنى والأساسى من خلال طرح عدد من القضايا والصور الانسانية ولكن بالأسلوب المشوق نفسه الذى يهدف أيضا إلى القضاء علىَ ملل القارِىء.

(ب) تحقيق المشكلات:

وتساهم من خلاله الصحيفة فى كشف العيوب والثغرات والبحث عن الجوانب السلبية المتمثلة فى ما يعانيه الناس من مشكلات فى حياتهم اليومية العادية.

(ج) تحقيق الرحلات.

(د) تحقيق دراسة الشخصية.

(هـ) تحقيق المناسبات.

2- التحقيق الصحفى الخاص.

3- أنواع أخرى هي:

(أ) الدراسة الصحفية أو البحث الصحفى.

(ب) الحملة الصحفية.

(جـ) التحقيق الإعلانى.

الفكرة التى تصلح تحقيقها صحفيا:

لابد أن تكون مهمة لأكبر قطاع ممكن من الجماهير (الذين تستهدفهم) حاليا وأن تتسم بالجدة أو تقدم من خلال معالجة جديدة فى حالة ما إذا كانت قديمة.

مصـادرهـا:

1- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التليفزيون من مواد ويدخل فيها الإعلانات التى قد تكون مصدرا لفكرة تحقيق صحفى.

2- المشاهدات المختلفة للصحفى وتجاربه أو تجارب غيره سواء فى بيئته المحلية أو فى المؤتمرات المختلفة (صحفية، علمية، دينية، اقتصادية، سياسية) أو فى رحلات أو فى مختلف قطاعات ومؤسسات الدولة.

3- القصص الإنسانية والحالات الغريبة والشاذة.

4- المناسبات والأعياد المحلية والقومية والعالمية الدورية والظروف الجديدة أو الطارئة التى تقتضى التعرف على آراء الجمهور والإجابة على تساؤلاته (فى الانتخابات، وفى أوقات الأزمات مثلاً).

5- الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

مراحل إعداد التحقيق الصحفي:

1- التخطيط:

(أ) تحديد هدف الموضوع وحيزه المكاني والزماني مع دراسة مدى أهمية هذا الهدف للجمهور الذي يرغب الصحفي في الوصول إليه ومدى اتفاقه مع سياسة الصحيفة التحريرية واتجاهها السياسي.

(ب) اختيار التوقيت المناسب لإعداد التحقيق نشره وذلك لضمان جذب انتباه القراء المستهدفين.

(ج) الدراسة الاستطلاعية بهدف فهم الموضوع ومعرفة جذوره التاريخية وما سبق أن كتب أو قيل عنه من قبل (من خلال المصادر البشرية والمصادر غير الحية كالصحف والدوريات المختلفة والكتب والوثائق والتقارير).

(د) دراسة مبدئية للمصادر التي يمكن أن تساعد في الأدلاء بمعلومات أو آراء حول الموضوع من حيث مدى دقتها وموضوعيتها، ومدى تخصصها واتفاقها مع سياسة وأسلوب الصحيفة وموافقتها على المشاركة في الموضوع.

(هـ) في ضوء هذه الدراسة ترسم الخطة متضمنة:

- النقاط التي سيتناولها الموضوع مرتبة.
- المصادر البشرية الأقدر على الإدلاء بمعلومات أو آراء حول هذا الموضوع مرتبة، وكذلك الوثائق والتقارير وغيرها من المصادر غير الحية.

2- جمع المعلومات وتحليلها:

1- جمع المعلومات والوقائع والآراء من المصادر المختلفة التي سبق تحديدها وترتيبها سواء أكانت حية أو غير حية.

2- مراجعة ما تم الحصول عليه للتأكد من أنه قد تم فعلا تغطية كل جوانب الموضوع والتعرف على كل الآراء حوله وذلك بالمقارنة بينه وبين الخطة الموضوعة أصلاً.

3- تحليل المعلومات والآراء المجموعة وتصنيفها بهدف الوصول إلى النتائج أو الحلول أو التصورات المقترحة.

3- تحرير التحقيق الصحفي ومراجعته:

(أ) إعداد المادة للتحرير:

- فرز المادة التي تم الحصول عليها للتمييز بين الصالح منها وغير الصالح.
- استبعاد المادة الثانوية أو غير الأساسية أو التي لا تعد في صلب الموضوع أو غير المتفقة مع سياسة الصحفية التحريرية أو فكرها السياسي.
- وضع خطة تتضمن عناصر صياغة الموضوع مرتبة حسب أهميتها - من وجهة نظر المحرر طبعا.
- على ضوء هذه الخطة تصنف المادة المختلفة لتوضع كل تحت عنصرها.
- تجميع آراء المصادر المختلفة التي تدور حول نقطة واحدة مع بعضها البعض.

(ب) تحرير التحقيق:

وينقسم التحقيق إلى أربعة أجزاء:

المقدمة - الهيكل أو الصلب - الخاتمة - العناوين الرئيسية.

ب/1 المقـــدمـــة:

وينبغي أن تكون مشوقة وجذابة بحيث تشد القارىء وتجعله يقدم على القراءة وأن تقدم له فكرة عن الموضوع، ولكنها في نفس الوقت لا تلخص الموضوع وإلا أكتفى القارىء بقراءتها، كما ينبغي أن تكون قصيرة لا تزيد عن فقرتين أو ثلاثة.

وهناك عدة أنواع للمقدمات، هى:

1- مقدمة التباين.

2- مقدمة التساؤل.

3- مقدمة الوصف (أشخاص - مكان - تصرف شاذ غير متوقع).

4- المقدمة المعبرة أو المؤثرة (تعتمد على المعانى الانسانية).

5- مقدمة الحوار.

6- مقدمة الجمل المقتبسة (فى حالة ما إذا كانت هى المحور وفى ابرازها دلالة على اتجاه معين أو دعوة لموقف معين).

وتستغرق تحرير المقدمة وقتاً قد يقترب من الوقت الذى يستغرقه الهيكل، ونجاح المحرر فى ذلك يتوقف عليه إلى حد كبير نجاحه فى صياغة الموضوع كله.

ب/2 الهيكل:

ينقسم إلى فقرات، كل فقرة عبارة عن فكرة أو عنصر من عناصر التحقيق **وينبغى هنا مراعاة هذه الأمور:**

1- البدء بالفقرة الأكثر أهمية فالأهم فالمهم فالأقل أهمية.

2- أن تقود كل فقرة إلى الفقرات الأخرى فى تسلسل منطقى يريح ذهن القارىء ولا يرهقه فى متابعة التحقيق.

3- الاعتماد على الجمل القصيرة والبعد عن الجمل الطويلة أو الإكثار من الجمل الاعتراضية.

4- ليس هناك ما يمنع من الاستعانة فى بعض الأحيان ببعض عبارات المصادر التى تحدثت فى الموضوع بل أن هذا قد يكون ضروريا فى حالة عرض رأى لهذا المصدر وهو أيضا يضفى حيوية على التحقيق.

5- لا ينبغى فى الوقت نفسه أن نبدأ كل فقرة بكلمة (يقول فلان ...) لأن هذا يقضى على الهدف منها ويجعل التحقيق فى صورة رتيبة مملة.

6- عرض الحقيقة صحيحة وكاملة وواضحة، وهذا يقتضى أن نقدم مع كل عنصر الشواهد والبراهين والأمثلة المدعمة بالأرقام والإحصائيات التى تؤكده.

7- التناسب المنطقى بين فقرات التحقيق.

العناوين الفرعية:

تأتى فى بداية كل فكرة جديدة أو عنصر جديد، **ويراعى أن تتسم بما يلى:**

1- الإيجاز والوضوح والتشويق.

2- عدم تكرار العنوان الفرعى لما جاء فى العناوين الرئيسية.

3- تقديم العنوان الفرعى لمعلومة عن الفقرة التى يتصدرها.

وأبرز وظائف العنوان الفرعى أنه يكون بمثابة محطات تتوقف عندها العين عن القراءة والتنقل بين رتابة سطور الكلام الرمادى الرتيبة ثم تستعد لمواصلة القراءة من جديد.

ب/3 الخاتمة:

وهى نهاية التحقيق ويقدم فيها المحرر بتركيز شديد تلخيصا لما انتهى إليه التحقيق من نتائج تتمثل فى حلول أو إجابات أو اقتراحات وينبغى ألا تزيد عن فقرتين وتنتهى بعبارة قوية تمس جوهر التحقيق.

قوالب التحقيق الصحفي:

ويقترح بعض علماء الصحافة قوالب مختلفة لصياغة التحقيق هي:

1- قالب العرض (عرض كل جوانب المشكلة وأبعادها).

2- قالب القصة (يناسب تحقيق يتناول وقائع متسلسلة الأحداث).

3- قالب الوصف (تحقيق عن حادثة معينة مثل انهيار عمارة أو سقوط طائرة).

4- قالب الاعتراف (مع مرتكب حادث معين أو شخصية عامة معروفة).

5- قالب الحديث (التحقيق الذى يتناول موضوعاً جافاً أو عملياً).

وهذه ليست قوالب ثابتة أو جامدة لابد أن يلتزم بها المحرر بل أن هناك مجالا كبيرا للابتكار والتجديد.

وهناك عدة ملاحظات فى النهاية تتعلق بالمحقق الصحفى نفسه هى:

- أن المحرر الصحفى وهو يكتب لا يستطيع أن يفلت من تأثير مذهبه السياسى وعقيدته وفكره.
- أن الفكرة الواحدة يختلف تناولها ومعالجتها من شخص لآخر كما تختلف فى أسلوب عرضها.
- أن المحرر الصحفى وهو يذهب لعمل تحقيق قد لا يكون له موقف مسبق، ولكن لابد أن يكون له فى النهاية رأى وموقف.

ولتداخل وظيفة التحقيق الصحفى أو الاستقصاء مع وظائف أشكال صحفية أخرى نجد أن التحقيق يوظف هذه الأشكال داخله كأساليب لجمع المادة وتحريرها فيما بعد خاصة الحديث الصحفى، والصور والرسوم، وقد ازدادت أهمية التحقيق الصحفى والاعتماد عليه فى السبعينات ثم الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين كمنافس للتغطية التليفزيونية المصورة خاصة بعد تحقيق الـ Washington Post الشهير

المعروف بفضيحة ووترجيت التى تعد نموذجا مثاليا للتغطية الصحفية الاستقصائية التى تحرر فى شكل التحقيق الصحفى والذى سبقت الإشارة إليه.

3- الموضــوع الصحـــفـــي (موضوع المعالم) Feature

وهو شكل صحفى يستخدم بشكل متسع فى صحافة اليوم – وخاصة فى الصحافة الأمريكية – كاحدى وسائل الصحيفة فى مواجهة التغطية التليفزيونية المصورة وهناك أكثر من اتجاه فى تعريف الموضوع الصحفى **يمكن حصرها فى الاتجاهات التالية:-**

الاتجاه الأول: يعرف الموضوع الصحفى Feature بأنه الموضوع الإخبارى الخفيف المصاغ فى قالب انسانى، أو مرح، أو غير جاد، أو غير حالى **ويندرج تحت ذلك التعريف:**

1- القصة الاخبارية الباسمة.

2- القصة الاخبارية الجانبية.

3- القصة الاخبارية السردية.

وكلها قصص اخبارية، لكن الخلاف بينها وبين القصة الاخبارية التقليدية يكمن فى المضمون بتركيزها على زاوية مرحة أو جانبية أو شخصية، وكذلك ترتيبها لجوانب الحدث بشكل قصصى، وينطلق هذا التعريف من أنه توجد فى الصحيفة مادة غير اخبارية Non news.

الاتجاه الثانى: يعرف الموضوع الصحفى بأنه أى شكل غير اخبارى من الأشكال الصحفية التى تنشر فى الصحيفة **ويندرج تحته:**

1- الحديث الصحفى.

2- التحقيق الصحفى.

3- المقال الصحفى.

4- التقرير الصحفى.

الاتجاه الثالث: يعرف الموضوع الصحفى بأنه أى مادة صحفية اخبارية فيها نوع من الابداع والابتكار وعدم التقيد بأصول وأسس الأسلوب الاخبارى الصارمة الكلاسيكية من حيث الموضوعية والتحديد والتحرير للتعبير To express وليس للتأثير To impress، ويتضمن حدثا أو موقفا جانبيا أو موقفا من الحياة قابلا للاستمرارية، ويمكن الحصول على مادته وتحريرها ثم نشرها فى أى وقت حيث أنه لا يرتبط بالأنية، لأنه لا يتقيد بتفاصيل الحدث الحالية، بل يتجاوزها إلى التفسير والتحليل ويضعها فى الإطار الانسانى.

وهذا الاتجاه فى تعريف الموضوع الصحفى هو الأكثر عملية ومنطقية فى ظل الممارسات اليومية الشائعة فى صالة التحرير الأمريكية فى مجال التغطية الإخبارية، حيث يفرق ويميز بين الموضوع الصحفى Feature.وباقى الأشكال الصحفية – ومنها الخبر – **من جوانب ثلاث هى:**

1- **التوقيت** : حيث لا يرتبط بتوقيت معين فى النشر.

2- **الأسلوب:** حيث لا يتقيد بقواعد التحرير الاخبارى الصارمة، وإنما يتجاوزها لمزيد من الذاتية.

3- **الوظيفة** : وهى هنا مزيد من الشرح والتفسير إضافة إلى التسلية والامتع الوجدانى والتوحد مع مشاعر القارئ.

وانطلاقا مما يكون الموضوع الصحفى شكلا تفسيريا، أكثر منه اخباريا، **حيث أنه يتسم بالجوانب التالية:**

1- **الابـــداعيـــة:** التى تسمح للمحرر الصحفى بالابتكار والتجديد فى أسلوب الكتابة مع مراعاة الدقة.

2- الــذاتيــة: إذ يمكن للمحرر الصحفى أن يدخل مشاعره الخاصة وأفكاره فى الموضوع خاصة حينما يكون في موقع الحدث، ويعيش الواقعة بنفسه، ولكن النقاد يحذرون من طغيان "الانا" بين ثنايا هذا الشكل الصحفى خاصة بين صغار المحررين، ويقدم بعضهم حلا وسطا يقول: "إذا لم تكن المشارك الأساسى فى الحدث فدع نفسك خارج الموضوع!!"

3- **التأثيــر الإعــلامــى**: من خلال تزويد القارىء بجرعة إخبارية تضم معلومات دسمة عميقة إلى جانب المعلومات الخفيفة المرحة ذات الطابع الانسانى، فى قالب جذاب بسيط.

4- **الامتـــــاع**: من خلال إتاحة الفرصة للقارىء للراحة أو التوقف المحبب إلى نفسه، بخفة وتنوع وظرف، وتعطى القارىء سببا مهما آخر لقراءة الجريدة غير الأخبار الجادة الصارمة.

5- **الــــدوام**: إذ من الممكن تأجيل نشر هذه الموضوعات لأسابيع أو لشهور قبل النشر، وبعض الجرائد تنشئ ما يطلق عليه feature bank أو بنك الموضوعات الصحفية، التى يتم تحريرها وصفها واخراجها مجهزة للنشر فى أى لحظة، ويتيح ذلك للمحرر فرصة إعداد الموضوع على مهل ومعالجته بشكل فيه ابداع وابتكار.

6- **الايقـــاع**: إذ سئل محرر قسم الاخبار عن الطول المناسب لنصه الاخبارى، فإن محرره المسئول يجيبه بالقول: "قصير ومختصر بقدر ما تستطيع!!"، فى حين إذا سئل عن الموضوع الصحفى فستكون الإجابة: "طويل بالقدر الذى تستطيع أن تحافظ فيه على اهتمام القارىء!!"، ولكن هذا لا يعنى اطلاق هذا الطول بل بطء الايقاع فقط، بحيث يتناسب الطول مع المضمون والأسلوب مع العناية بالتركيز والدقة والإيجاز.

7- **الأسلوب التحريرى**: فمحرر الموضوع مثل راوى الحدث الدرامى الذى يحكى قصة ويروى بالكلمات، بل يرسم بها صورا ذهنية فى عقل القارىء، ويحول

جذب القارىء إلى هذه القصة من خلال التوحد السيكولوجى مع الشخصية المحورية فيها، لهذا يحتاج إلى خيال خصب، ولغة سلسة، وكلمات معبرة، بدون تشويه للحقائق، بل مجرد تلوين لها وتنويع فى أسلوبها.

4- الحملة الصحفية: Campaign

لا يمكن وصفها بأنها شكل صحفى واحد، بل هى توظيف لأشكال صحفية مختلفة وفقا لخطة موضوعة لاثارة قضية، أو لعرض موضوع أو لابداء رأى أو للرد على موقف اتخذته جماعة ما.

وهى عملية البحث فى أعماق مشكلة ما وتقديمها إلى الجمهور والمسئولين بوقائعها الصحيحة مجردة تجريدا تاما ونزيها .

ويعرف الدكتور سيد سلامة الحملة الصحفية بأنها ليست شكلا صحفيا تحريريا، ولكنها فى الأساس عبارة عن مضمون أو محتوى فى قالب تحريرى أو شكل صحفى يهاجم (مستهدف) سواء أكان شخصا أو قضية أو مشكلة، ويتحقق من خلال هذا المضمون أو المحتوى مفاجأة الخصم (المستهدف) بالحقائق التى تعتمد على الوثائق والمستندات، وذلك لتحقيق هدف مباشر وهو ارباك الخصم وهدف غير مباشر وهو التأثير السريع على المتلقى فى محاولة لكسب تأييده تجاه مضمون الحملة، وذلك بهدف انجاح الحملة فى تحقيق غرضها وهو حل المشكلة.

ويحاول محرر الحملة أثناء النشر أن يخلق صراعا بين طرفين: الأول هو المتلقى أو مستقبل الحملة، والطرف الآخر هو المستهدف من الحملة الصحفية.

وقد يكون المستهدف من الحملة الصحفية شخصا أو مجموعة أشخاص تؤثر تصرفاتهم أو سلوكياتهم على المجتمع بطريقة ما، أو قضية أو مشكلة أو ظاهرة.

ويؤكد الدكتور سيد سلامة على أن المقصود بالطابع الهجومى فى مضمون الحملة ليس الإسفاف أو الشتائم واستخدام الألفاظ الجارحة، بل هو الطابع الهجومى الذى

يتصدى للحملة مهاجما من خلال الحقائق والمعلومات المدعمة بالوثائق والمستندات والبيانات الدقيقة، فالعمود الفقرى للحملة الصحفية هو الطابع الهجومى اضافة للطابع التوثيقى لها.

فمحرر الحملة الصحفية يستخدم الألفاظ والعبارات والتركيبات البعيدة تماما عن الاسفاف، والمحققة لاقسى أنواع الهجوم من خلال الوثائق التى تحتويها، ولا ينشر محتوى الحملة أو مضمونها فى موضوع واحد ولكن فى سلسلة من الموضوعات المتتالية.

وهنا ينبغى التفرقة بين الحملة الصحفية وأى مضمون آخر قد ينشر فى شكل سلسلة من الموضوعات، حيث لا يمكن أن نطلق عليها حملة صحفية رغم أن هذا المضمون قد يتعرض بالنقد لقضية أو مشكلة أو شخص ما أو عدة أشخاص، فالمعيار الأساسى الذى يمكن استخدامه – من وجهة نظر الدكتور سيد سلامة – لوصف المضمون بأنه حملة صحفية هو مدى استفادة المضمون وتعميقه بالحقائق الوثائقية، إضافة إلى مدى اتسام هذا المضمون بالطابع الهجومى أو الانتقادى العنيف، وعدم وجود جدل أو خلاف فى الرأى حول موضوع الحملة، حيث أن الوثائق المعدة للحملة لا تترك فرصة للجدل فيها.

وقد تسعى الحملة لإحداث تغيير مادى أو معنوى فالتغيير المادى يكون بالقضاء على انحرافات أو أوضاع سلبية أو تقديم المفسدين والمخطئين لأجهزة التحقيق لمحاسبتهم على أخطائهم وفسادهم.

أو قد يكون ذلك بالمطالبة باتخاذ قرارات معينة أو تبنى سياسات جديدة أو اصدار تشريع ما.

وقد يكون التغيير معنويا لتغيير أو تعديل اتجاهات القراء ومواقفهم ازاء موضوع الحملة أو تنبيه المسئولين والرأى العام لوضع معين غير سليم من الخطر استمراره وتسليط الضوء عليه، فقد يكون هدف الحملة دق ناقوس الخطر أو الدفاع عن مواقف

جماعة معينة وتأييدها ومساندتها أو العكس قد يكون الهجوم على مواقف هذه الجماعة ورفضها والسعي لتشويه صورتها.

وقد يكون هدف الحملة تحسين الصورة الذهنية الخاصة بمؤسسة ما أو شخص معين.

وكثير من الحملات يتم إعدادها والتخطيط لها لتلبى احتياجات المجتمع على المدى البعيد والبعض الآخر يبدأ بعد انتشار أخبار عن احتمال حدوث انتهاكات أو سوء استغلال خطير.

ويقسم الدكتور فاروق أبو زيد الحملة الصحفية إلى نوعين:

النوع الأول: الحملة الصحفية المخططة:

التى يخطط لها جهاز التحرير فى الجريدة، ويشترك فيها أكبر عدد من كتاب الجريدة ومحرريها، وتجهز لها الوثائق والأدلة والأقوال والدراسات والبحوث ولا يتم نشرها إلا بعد إستكمالها من جميع النواحي وتصبح صالحة للنشر.

النوع الثاني: الحملة الصحفية المفاجئة:

وهى التى تتم بدون إعداد مسبق، بل يفرضها تطور الأحداث فى المجتمع، فقد ينشر خبر صغير تمسك الجريدة بأحد خيوطه وتتابعه فى مجموعة من الأخبار المتتالية حتى ينفجر الموضوع فى حملة صحفية تهز المجتمع كله.

وحينما توسعت الجرائد في الابراز والتركيز والتحرى عن قضايا معينة، أو مواقف أو أمور تحدث فى المجتمع، خاصة جوانب الانحراف والفساد، نشأ لون جديد من التغطية الصحفية سمى بالتغطية الاستقصائية Investigative Reporting، وسمي محرروه بال: Muck Rekers أو المنقبون عن الفساد وقد اطلق هذا الاسم أساسا على مجموعة الصحفيين الذين قادوا حملات صحفية مهمة ضد الفساد خاصة عام 1902، حين أدى التوسع الصناعى السريع بعد الحرب الأهلية إلى الكثير من

أنواع الظلم والشرور وكانت الاحتكارات موضع قلق عام ورأى فيها بعض المراقبين تحالفا غير سديد بين التجارة والسياسة واعتمد هؤلاء الصحفيون (المنقبون عن الفساد) فى حركتهم الصحفية على نشر التحقيقات الصحفية الكاشفة المبنية على وثائق رسمية وخاضعة لمراقبة الخبراء، وبرزت حركة المنقبين عن الفساد كقوة مهمة سنة 1906 ثم أخذت تتحصر بعد ذلك بعامين، ثم بلغت ذروة النجاح سنة 1911 مرة أخرى، ثم تبددت سنة 1912فقد ملها الجمهور، ولكثرة الضغوط المالية على بعض الصحف، كما بدأ اصلاح بعض المساوىء التى تم كشفها، وينسب إليها - كحركة لكشف الفساد وفضحه - دور مهم فى عدد من الإصلاحات تجلت، فى إصدار قانون على مستوى الحكومة الاتحادية حول الغذاء النقى، قوانين تشغيل الأطفال، قوانين تعويض العمال، نشاطات لجنة التعريفات الجمركية وتحقيقات الكونجرس.

وتحاول الجرائد الأمريكية - بشكل متزايد - أن تشجع المحررين ذوى الخبرة على التحرر من القصص الروتينية حتى يستطيعوا معالجة القضايا والموضوعات ذلك المغزى التى تتطلب وقتا أكبر وخبرة وأشهر نماذج التغطية الاستقصائية قدمها كل من المحرريين Bob Wood Ward وCarl Bernstein بجريدة ال Washington Post حيث نجحا فى كشف تورط الرئيس الأمريكى نيكسون Richard B. Nixon فى فضيحة التصنت على مقر الحزب الديمقراطى، التى أدت فى النهاية إلى استقالة نيكسون بعد إدانته هو وكبار معاونيه سنة 1974.

ومن نماذج التغطية الاستقصائية فى الصحافة الأمريكية، التى استعانت بالحاسبات الاليكترونية تلك التحقيقات المسلسلة التى أعدها Joseph Albriqht، والتى بدأت عمليات اعدادها أو تغطيتها ليلة 31 مارس سنة 1981، وهى الليلة التى تعرض في الرئيس الأمريكى ريجان Ronald Reagan لمحاولة اغتيال، فقد علم المحرر وهو مراسل صحف Cox فى واشنطون من مصدر فى المباحث الفيدرالية أن البندقية التى تمت بها محاولة الاغتيال من نوع (RG. 14) وهو نوع لم يسمع به المحرر من قبل، وعلم أيضاً أن أجزاء هذه البندقية تم جمعها فى ميامى من قطع وأجزاء مصنوعة فى

الخارج، وفى الأسبوع التالى بدأ كل من: المحررين Andrew Alexander وJoseph Albriqht وHenry Eason وCheye Audson العاملين فى مجموعة صحف Cox، فى اعداد تحقيق صحفى عن البنادق اليدوية، سعوا فيه للبحث عن اجابة حول عدد من الأسئلة حول: سمات هذه البنادق وأحجامها وأسعارها ومصادرها وأساليب تشغيلها وصيانتها وصناعتها ومورديها، وأساليب الحصول عليها، ونوعية الجرائم التى تستخدم فيها، وعندما حاولوا الحصول على إجابات من الأجهزة والهيئات الرسمية التى تملك هذه الإجابات، لم يجدوا ما يرضيهم وتوقفوا لفترة، ثم علموا من مصدر بالشرطة أن هناك سجلات للبنادق اليدوية فى وزارة الخزانة الأمريكية ولكنها مخزنة بلغة الحاسبات الاليكترونية ومحمية من الفتح وحصلوا على نسخة من هذه الأشرطة.

وبدأت مرحلة الرغبة فى تفسير هذه الأشرطة أو ترجمة المعلومات الموجودة عليها إلى لغة مفهومة، أو فتح البرنامج وأخذ Joseph Albriqht الشريط إلى صديق له فى شركة خدمات حاسبات اليكترونية بالقرب من واشنطون، وعلم منه أن لغة تخزين المعلومات على هذا الشريط مميزة لأغراض تتصل بالأمن القومى، ولهذا فهى غير مفهومة لأنظمة الحاسبات الاليكترونية التى تستعملها المؤسسات المدنية، ولكن Albriqht لم ييأس وحاول فى أكثر من مكان، حتى نجح فى ترجمة الشريط إلى لغة حاسب اليكترونى (ترميز) قابلة للعرض، وقام خبير فى الحاسبات الاليكترونية بمعالجة الشريط، وهنا أصبح لدى المحرر مادة خام لموضوعه.

وكشفت محتويات هذا الشريط عن 15 نوعا من البنادق الآلية، وعلاقتها بالجرائم فى 18 مدينة أمريكية، وعن كل الخلفيات الإدارية والاقتصادية الخاصة بها، وبدأ المحررون فى كتابة موضوعهم على ست حلقات نشرت من 6 إلى 11 سبتمبر عام 1981 بعنوان: "القتلة ذو الأنوف الغطساء" The Snub-nosed Killers وكشفت هذه التحقيقات عن الشركات والأشخاص الذين يصنعون أو يستوردون المعدات

والأسلحة المختلفة التى تستعمل فى الجرائم وأحداث العنف والشغب والمظاهرات، وسمات هذه الأسلحة وإعدادها وأساليب الحصول عليها.

وقد انتشر هذا النوع من التغطية فى السبعينات من القرن الماضى لأسباب عديدة منها: الدعم المالى الذى حصلت عليه فى أوائل السبعينات، إذ كان التخطيط لذلك قد بدأ منذ عام 1968 بشكل غير منتظم وأصبح هناك منظمة أو مؤسسة أو صندوق مستقل هو Fund of Investigative Journalists تموله أساساً المؤسسات والأفراد، ونجح هذه الصندوق فى تمويل أكثر من 60 مشروع تغطية استقصائية خلال الفترة من سبتمبر عام 1971 حتى سبتمبر عام 1973، بعضها لم ينشر فى شكل تحقيقات صحفية مباشرة ولكنه كشف عن أوجه نشاط قابلة للمناقشة تتصل بالأوضاع المريبة فى النشاط الاقتصادى أو الحياة السياسية، وعن فساد الحكومة وأشياء أخرى. ومن أفضل هذه الاستقصاءات أو التحقيقات الكاشفة التى نشرت، ما أعده المحرر Seymour M. Harsh عن مجزرة ماى لاى، التى قام بها الجنود الأمريكيون أثناء حرب فيتنام ونال عنه جائزة بوليتزر.

وجائزة بوليتزر هى أرفع الجـــوائز قيمة فى الولايات المتحدة وتعطى فى أربعة مجالات هى الصحافة، الأدب، الموسيقى والخدمة العامة، وتنسب إلى الصحفى الأمريكى الكبير Joseph Pulitzr (1847-1911)، وهو مجرى الأصل، هاجر إلى الولايات المتحدة وأسس فيها عام 1878 جريدة St. Louis Post Dispatch وفى عام 1883 اشترى جريدة The World وجعلها جريدة ناقدة كاشفة عن الفساد من خلال الحملات الصحفية العنيفة، وسجلت أعلى أرقام توزيع فى عصرها.

وقد أوصى Joseph Pulitzr قبل وفاته عام 1911، بأن تستغل تركته البالغة 2 مليون دولار فى انشاء مدرسة عليا لتعليم الصحافة بجامعة كولومبيا بمدينة نيويورك، وأن تبدأ المدرسة بعد خمس سنوات من عملها فى توزيع جوائز لمن يسهمون فى تطوير الصحافة، والأدب، والموسيقى، والخدمة العامة. وتم تأسيس المدرسة عام 1912، وبدأت فى اعطاء الجوائز عام 1917.

وقيمة جائزة بوليتزر ألف دولار إلى جانب ميدالية ذهبية وبالنسبة للصحافة تمنح فى 12 مجالاً هى: التغطية الاستقصائية المحلية، التغطية القومية، التغطية المحلية، المراسلة الدولية، كتابة الموضوع الصحفى، كتابة مقال الرأى، الكاريكاتير، الصور الاخبارية، صور الموضوعات الصحفية وموضوعات الخدمة العامة، كتابة التعليق، مجالات خاصة غير محددة مسبقا.

وفى عام 1976 تأسس اتحاد المندوبين والمحررين الاستقصائيين Investigative Reporters and Editors. (IRE). كجماعة أو تجمع صحفى – لايهدف إلى الربح – على يد مجموعة من المحررين الاستقصائيين لتشجيع الصحافة الاستقصائية وتنميتها، وضع خطط لتطوير مركز للموارد يضع خدمات معلومات ونشرة إخبارية عن الموضوعات الاستقصائية، إلى جانب دليل للخبراء وخدمات أخرى.

وفى نهاية 1976 شكلت الجماعة فريق عمل صحفى بقيادة محرر جريدة Newsday الشهير Robert Green، لاجراء تغطية استقصائية عن الجرائم التى أدت إلى اغتيال Don Balles محرر جريدة Arizona Republic الذى كان يقوم باستقصاء نشاط الجريمة المنظمة فى ولايته (اريزونا) ووضعت قنبلة فى سيارته.

وقاد Robert Green فريق العمل الاستقصائى الذى ضم 36 محرراً من جرائي ومجلات ومحطات من مختلف أنحاء الولايات المتحدة، وانتهى الاستقصاء بنشر 23 موضوعاً عن الجريمة فى ولاية أريزونا، وقادت تلك المؤسسات المسئولين إلى اتخاذ عديد من القرارات والإجراءات بصدد الجريمة وبذلك استكمل المحررون الاستقصائيون الموضوع الذى اغتيل Don Balles بسببه.

وفى عام 1979 افتتحت Investigative Reports and Editors, Inc. مركز بول ويليامز التاريخى للتغطية الاستقصائية بجامعة ميسورى، واعلنت عن خطط لتطوير الاستقصاء، وعن جوائز جديدة لأفضل المحررين الاستقصائيين.

وتستخدم التغطية الاستقصائية الآن بشكل متسع فى مجالات كشف الفساد فى المجتمع والنقد، وتقديم الرؤية الاستقصائية الشاملة التى لا يستطيعها الراديو أو التليفزيون وقد صاحب هذا نمواً متزايداً فى توظيف الحاسبات الاليكترونية لأغراض تصنيف المعلومات والبيانات الكثيرة التى يحصل المحررون الاستقصائيون عليها وتحليلها بشكل يساعدهم على الوصول إلى خلاصات كمية دقيقة منها.

وقد ساعد على هذا انتشار استخدام المؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة للحاسبات الاليكترونية فى تخزين المعلومات وتصنيفها واسترجاعها، مما أتاح إمكانية الحصول عليها بنفقات قليلة أو بدون نفقات على الإطلاق.

خطوات إجراء الحملة الصحفية المخططة:

أولاً: تحديد موضوع الحملة:

عندما تصل الصحيفة إلى اقتناع أنها قد استنفذت كل الطرق فى تصديها لاحدى المشكلات أو القضايا التى تمس أو تهم قرائها رغم مرور فترة طويلة على الجهود التى تبذلها فى هذا الصدد بالتغطية الاخبارية المستمرة وإجراء التحقيقات الصحفية وكتابة المقالات وغير ذلك، وتظل المشكلة قائمة أو يظهر للصحيفة بشكل أو بآخر ان هناك ثمة فساد أو انحراف أو خلل فى جهة أو مؤسسة أو هيئة أو عند مسئول معين، قد ترى الصحيفة ان الوسيلة الأفضل لمواجهة ذلك هو تناولها من خلال حملة صحفية والموضوع الذى يجدر أن تنظم من أجله حملة صحفية **يتسم بما يلى:**

1- مشكلة أو قضية على قدر كبير من الأهمية أصبحت مزمنة وتحتاج إلى مواجهة حاسمة.

2- تهم قطاعاً عريضاً من جمهور الصحيفة التى ترى تنظيم هذه الحملة.

3- يتطلب اتخاذ إجراء حاسم يصحح الوضع القائم (قرار جديد، إلغاء قرار سابق، تعديل أو تطوير سياسة معينة، إصدار تشريع...).

4- يحقق المصلحة العامة، وليس مصلحة ذاتية أو دافع شخصي للمحرر الذى يقود فريق العمل الخاص بهذه الحملة أو صحيفته أو مجموعات المصالح التى تعبر عنهم هذه الصحيفة.

وهناك وسائل مختلفة يمكن للمحرر أو الصحفى أن يحدد بناء عليها أن قضية ما أو وضعا ما يستحق أن يكون موضوعاً لحملة صحفية منها:

1- خبرة الصحفى واحتكاكه المباشر والمستمر والمتواصل بالجهة أو الهيئة التى يعمل كمندوب لصحيفته بها، مما قد يدفعه إلى إدراك أن ثمة مشكلة تحتاج أن تكون موضوعا لحملته، أو قد يقوده ذلك إلى الاحساس بأن هناك فساد أو انحراف من جانب شخص أو أكثر أو من جانب هذه المؤسسة.

2- مصدر من مصادر الصحفى نفسه.

3- المتابعة المستمرة والواعية من جانب الصحفى لما يقدم من خلال وسائل الإعلام، وقد يكون مصدر ذلك مجرد خبر قصير أو تعليق أو شكوى منشورة فى بريد القراء أو من خلال برامج المستمعين أو المشاهدين أو إعلان منشور فى صفحة الإعلانات المبوبة.

4- تجربة ذاتية للصحفى نفسه أو أحد المتصلين به.

5- الشائعات، على أن يتعامل معها الصحفى بحذر، ويتقصى أولا حول مدى صحتها ودقتها وألا يسلم بها منذ البداية.

6- استجوابات أو طلبات احاطة أو غير ذلك مما قد يثار من خلال النواب فى البرلمان وأعضاء المجالس الشعبية والمحلية.

7- تقارير بعض الأجهزة وخاصة الرقابية.

8- الصدفة.

ثانيا : التخطيط لإجراء الحملة:

1- تحديد هدف الحملة أو أهدافها من البداية، وهو عادة الكشف عن الأخطاء التى تسبب عنها فساد واضح فى المجتمع، وهو تأكيد لوجود هذه الأخطاء بطريق الالحاح عليها وعلى المسئولين عنها، ولذلك من الضرورة أن تتوجه الحملة إلى المسئول الرئيسى عن هذه الأخطاء وعدم الدخول فى قضايا جانبية أو التعرض لأشخاص تعد مسئوليتهم ثانوية أو هامشية.

2- تحديد محاور الحملة الرئيسية والفرعية والمادة الصحفية المطلوب جمعها حول كل زاوية أو محور لتحقيق أهداف الحملة ومصادرها المختلفة ووسائل الحصول على هذه المعلومات.

3- تحديد فريق العمل الذى سيكلف بتنفيذ الحملة.

وغالباً ما يكون هناك محرر معين هو صاحب فكرة حملة ما، وفى هذه الحالة يتم تكوين فريق يعاونه من بعض المحررين والباحثين ومحررى المعلومات وتجدر الإشارة هنا إلى أهمية أن يكون المحرر الذى يقود هذا الفريق متخصصا فى موضوع الحملة مما يسهل عليه المعرفة بخلفياتها وبداياتها وتطورها وأبعادها وجوانبها المختلفة، وملابساتها وتداعياتها والأطراف ذات العلاقة بها، وأفضل المصادر الذين لديهم أو يمكنهم تقديم معلومات صحيحة ودقيقة حولها.

فضلاً عن ضرورة تجنيد كل إمكانيات الصحيفة لتحقيق أهداف الحملة إذ لابد من تعاون كبار الكتاب والمحللين وكتاب الأعمدة ورسامى الكاريكاتير بالصحيفة باعتبار كل هؤلاء فريق متكامل.

ومن المهم أن يتم تحديد المسئوليات والمهام التى توكل لكل فرد من أفراد هذا الفريق فى إطار أهداف الحملة.

4- تحديد الأشكال الصحفية التى ستستخدم فى تنفيذ الحملة وبعض الحملات قد تنفذ فى أغلبها من خلال أحد الأشكال الصحفية مثل أحد أعمدة الرأى لكاتب كبير بالصحيفة أو الرسوم الكاريكاتيرية أو التحقيقات، وان كان هذا لا يمنع من مشاركة بعض الأقسام التحريرية الأخرى فى الصحيفة لدعمها ومساندتها.

وان كانت معظم الحملات تسخر مختلف أقسام الصحيفة وتستفيد من كل الفنون الصحفية لتحقيق أهدافها.

5- اختيار شعار للحملة Slogan ينشر مع مختلف حلقاتها وموضوعاتها، وقد يكون عبارة عن جملة قصيرة محددة بليغة تلخص هدف الحملة أو جملة مع رسم تعبيرى أو ساخر.

6- تحديد الجدول الزمنى للحملة واختيار التوقيت المناسب لبداية النشر، فالتوقيت غير المناسب قد يؤدى إلى فشل الحملة تماما .

7- اختيار نقطة البداية القوية للنشر.

8- تحديد أساليب التقويم المرحلى والنهائى للحملة وقد تكون أساليب عشوائية تعطى مؤشرات وليس نتائج محددة مثل الاعتماد على رسائل القراء، ارتفاع أرقام توزيع الصحيفة مع استمرار نشر حلقات الحملة، وقد تلجأ الصحيفة لأساليب علمية مثل استطلاعات الرأى العام والبحوث العلمية.

ثالثا : تنفيذ الحملة:

الخطوة الأولى: جمع كل المعلومات والحقائق التى تغطى كل المحاور من مصادرها المختلفة وبأساليب متعددة بحيث تكون هذه المادة كاملة وصحيحة ودقيقة قبل بدء النشر.

ويتطلب الأمر ان يقوم فريق العمل بإعداد قائمة تتضمن المصادر البشرية وغير البشرية التى تفيد فى الحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الحملة.

ومن هذه المصادر البشرية:

- العاملون فى الجهة أو المكان ذوى الصلة الوثيقة بموضوع الحملة ممن قد يمثلون بداية الخيط الذى يمسك به الصحفى ليبدأ التفكير والتخطيط فى توجيه حملة صحفية حول موضوع ما بما قد يلمسونه من مظاهر فساد أو انحراف وما قد يقع تحت أيديهم من وثائق ومستندات تشير إلى ذلك، ويدفعهم حسهم الوطنى إلى السعى للمساعدة فى الكشف عن هذا الفساد وفضحه.
- المسئولون.
- المتخصصون الذين قد يكتشفون من خلال دراساتهم وبحوثهم خللا أو فسادا فى احدى الجهات ذات الصلة بتخصصهم.
- الزملاء من الصحفيين والإعلاميين.
- القراء بحكم تعاملهم واحتكاكهم بالوزارات والهيئات والمصالح المختلفة قد يستشعرون خللا ما أو يسمعون بعض الشائعات التى تتردد حول مثل هذا الخلل أو الفساد أو الانحراف، ويتطوعون للاتصال بأحد الصحفيين الذين يتوسمون فيه الاستعداد والقدرة على التصدى لمثل هذا الخلل أو الانحراف أو الفساد، الأمر الذى لا يجب اهماله، ومن المهم التحقق منها.
- أعضاء المجالس النيابية والمحلية.
- الشخصيات العامة.
- أجهزة التحقيق والرقابة بمختلف هيئاتها.
- ومن بين المصادر غير البشرية:
- الوثائق والمستندات المطبوعة.
- محاضر الاجتماعات والجلسات.

- محاضر التحقيقات.
- طلبات الاحاطة أو الاستجوابات ومضابط جلسات المجالس النيابية.
- مقالات أو مواد صحفية منشورة والتى قد تمثل معلومات خلفية.
- الصور الفوتوغرافية أو الرسوم البيانية أو الخرائط أو الصور الكاريكاتورية.
- شرائط تسجيل قد تتضمن بعض الوقائع أو المعلومات.
- شرائط ڤيديو قد يكون مسجلاً عليها بعض وقائع الفساد أو الانحرافات.
- ديسكات الكمبيوتر أو CD.
- الدراسات والبحوث والتقارير العلمية.
- تقارير الأجهزة الرقابية (مثل الرقابة الإدارية - الكسب غير المشروع - الأمن القومى - مكافحة التهرب من الضرائب...).
- بنوك وقواعد المعلومات وشبكات المعلومات العالمية كالانترنت.
- التقارير الرسمية مثل تقارير الجهاز المركزى للمحاسبات، تقارير الوزارات، تقارير الميزانيات، لجان تقصى الحقائق، بيان الحكومة.
- المذكرات الشخصية لبعض الشخصيات العامة.
- التقارير الصادرة عن منظمات وهيئات دولية مثل البنك الدولى، صندوق النقد الدولى، منظمات حقوق الانسان.

وهناك أساليب لجمع المادة الصحفية الخاصة بالحملة، بعضها تقليدية وهى إجراء المقابلات الصحفية للحصول على المعلومات أو التفاصيل أو التأكد من بعض المعلومات والتحرى والاستقصاء حول الجوانب المتعلقة بموضوع الحملة وأبعادها. وذلك مع كل الشخصيات المسئولة والمتخصصة ذات الصلة بموضوع الحملة، وكذلك المتورطين بشكل أو بآخر فى ملابسات الفساد أو الانحرافات.

وان كان إجراء مثل هذه المقابلات ليس مسألة سهلة فى مثل هذه الحملات سواء بالنسبة لمن وردت أسمائهم بشكل أو بآخر كمتورطين فى الفساد أو الانحراف الذى تنقب عنه الحملة أو الآخرين غير المتورطين ولكنهم يخشون ورود أسمائهم فى مثل هذه الحملات خوفا على مراكزهم أو وظائفهم أو امتيازاتهـــم أو سمعتهم نظرا لحساسية القضايا التى تدور حولهـــا هذه المقـــابلات.

ومن هنا فالأمر يحتاج لجهد كبير واستعداد مسبق وصبر والحاح واصرار من جانب فريق العمل فى الحملة، ويتوقف نجاحه على مدى قدرته على التحكم فى مجريات مثل هذه المقابلات.

وغالباً ما تشهد مثل هذه المقابلات مواجهات حادة بين المستهدف الذى يتسم عادة بالمراوغة والتحدى والسعى لاخفاء معلومات أو حقائق قد تدينه، والصحفى الذى يسعى لاستقصاء الحقيقة وتغطية كافة جوانب الموضوع ويحاول كشف الأكاذيب التى قد يطرحها المستهدف مستخدما فى ذلك أساليبه المختلفة.

كذلك يمكن الاستفادة مما هو متوفر من خلفيات ومعلومات فى أقسام المعلومات الصحفية، فضلاً عن فحصه للملفات والسجلات والوثائق التى عثر عليها أو استطاع الحصول عليها خاصة بموضوع الحملة.

إلى جانب أساليب مستحدثة أو مداخل جديدة لجمع المعلومات أو الوقائع منها: الملاحظة بالمشاركة، التجربة الميدانية، الدارسة المنظمة للوثائق.

الخطوة الثانية: مراجعة ما حصل عليه من معلومات واستكمالها وتدقيقها وتوثيقها والكشف عن أية متناقضات وفحص الوثائق والمستندات داخليا وخارجيا للتأكد من صحتها وأنها غير مزورة أو مدسوسة أو ملفقة.

الخطوة الثالثة: تبويب المادة وتصنيفها وتحليلها ومحاولة تفسير معناها.

الخطوة الرابعة: التأكد من صحة الموقف القانوني، وأن هذه المادة والوثائق التى حصل عليها الصحفى يمكن الاستناد إليها قانونا، ومن ثم لا يعرض الصحفى نفسه أو صحيفته للمساءلة القانونية.

رابعا : بداية النشر

وذلك وفقا للجدول الزمنى المخطط والمحدد فيه عدد المواد الصحفية التى ستنشر ودورية هذا النشر واتجاه كثافة النشر (هل هناك تصعيد من البداية أم تصاعد تدريجى..) وأشكالها الصحفية (اخبارية، مقالات، أعمدة رأى، تحقيقات، حوارات، رسوم كاريكاتورية، رسائل القراء..) وموعد نشر كل مادة.

وقد تبدأ الحملة بخبر أو مقال افتتاحى أو مقال لرئيس التحرير أو موضوع صحفى يتحدث عن بداية الحملة وأهدافها.

خامسا : التقويم المرحلى

بعد مرور فترة معينة على بداية الحملة يتم إجراء تقويم مرحلى لها لتحديد ما تم الوصول إليه، وكيفية تفعيل الحملة لتحقيق أغراضها.

ونشير هنا إلى أن رسائل القراء قد تزود فريق العمل المكلف بالحملة بزوايا جديدة أو معلومات وأدلة جديدة أو تكشف بعض الوقائع والأحداث.

سادسا : استمرار النشر

بناء على التقويم المرحلى يتم اتخاذ القرار بالاستمرار فى الحملة كما هو مخطط لها أو ادخال بعض التعديلات أو عدم الاستمرار والتوقف لفترة معينة لاعادة ترتيب الأوراق والحصول على مزيد من المستندات والوثائق الجديدة أو اعطاء متخذ القرار فرصة مناسبة لاتخاذ اجراءات خاصة بأهداف الحملة.

سابعا : متابعة النشر.

ثامنا : ختام الحملة

وقد يكون ذلك من خلال مقال افتتاحي أو مقال لرئيس التحرير يلخص ما حققته الحملة وما توصلت إليه وما نجحت فى تحقيقه من أهداف قياسا لما كانت تستهدفه فعلا، وقد يكون فى شكل حوار أو ندوة صحفية مع مسئول كبير أو عدة مسئولين تنتهى بقرارات أو إجراءات معينة فى اطار أهداف الحملة.

تاسعاً: التقويم النهائي وقياس مدى فاعلية الحملة وما حققته وما لم تحققه من أهدافها.

وذلك بناء على ما يلي:

- ردود أفعال الأطراف.
- استجابات المسئولين.
- ردود أفعال القراء ومشاركتهم فى الحملة.

ومن المهم هنا أن تشعر الصحيفة قرائها بمسئوليتهم عن مقاومة الفساد الذى يهدد المجتمع ولذلك تتصدى له الحملة وارتباط ذلك بمصالحهم بشكل مباشر أو غير مباشر فحين يشعر القارىء بذلك سيزداد احساسه بأهمية مشاركته الفاعلة بما قد يدعم هذه الحملة من آراء ووجهات نظر مؤيدة أو معارضة.

- مدى تجاوب الصحف الأخرى ووسائل الإعلام مع هذه الحملة والمشاركة فى تبنيها.

ويرتبط بدء نشر الحملة والاستمرار فى ذلك بتكوين خصوم للصحيفة وفريق العمل المكلف بالحملة، وغضب من المستهدفين بهذه الحملة وقد يثير هذا أيضا بعض المعلنين ويؤدى إلى اقامة دعاوى قضائية ضد الصحيفة أو الصحفى قد تضر بالمصالح الشخصية للبعض.

ويؤثر على فاعلية الحملة ونجاحها عوامل عدة منها:

- ضغوط القوانين المقيدة للنشر وحالات الحظر.
- الضغوط الخاصة بصعوبات الحصول على المعلومات وحجب بعضها مما قد يؤدى إلى فشل الصحفى فى الحصول على معلومات مؤكدة وموثقة.
- المصادرة المتتالية لاعداد الصحيفة التى تنشر بها حلقات الحملة أو تعطيلها وقد يصل الأمر إلى الغائها نهائيا.

والواقع أنه ليست كل الحملات تنجح وتحقق أهدافها، ففى بعض الحالات قد تؤدى بعض الحملات إلى انخفاض توزيع الصحيفة وكذلك هبوط المساحة الإعلانية، كما قد تصبح هذه الصحيفة أو تلك عرضة للمقاطعة، كما قد تؤدى إلى أن يفقد الصحفى الذى قادها أو قام بها وظيفته، بل وقد تقوده إلى السجن، فكشف الأسرار والفضائح والأخطاء ليس سهلاً أو مفروشاً بالزهور عادة.

فهناك كما سبق الاشارة الكثير من المعوقات بعضها يتصل بالقيود القانونية والصعوبات الخاصة بالحصول على المعلومات من مصادرها وإجراءات حظر النشر واحتمالات الاتهام بالقذف والضغط على الصحفى لافشاء سرية مصادره (سر المهنة) وغير ذلك، وبعضها يتصل باعتبارات اجتماعية واقتصادية خاصة فيما يتعلق بإعلانات الصحيفة وضغوط المعلنين.

غير أن هذا لا يمنع من توفر مجموعة من العوامل قد تساعد فى نجاح الحملة وتحقيقها **لأهدافها منها:**

1- ان تكون الحملة محددة لتصل إلى النتائج المطلوبة.

2- الدقة وعدم الخطأ فى الوقائع والحكم عليها وعدم نشر اكاذيب على أنها حقائق أو القيام بتزوير مستندات ونسبتها إلى أشخاص بذاتهم، وإذا كان الصحفى يشك فى بعض المعلومات فلا يجب أن يحمل الصحيفة مسئولية الدفاع عن هذه المعلومات

المشكوك فى صحتها، فالتأكد من صحة المعلومات ضرورة، إلى جانب ضرورة عدم وجود تناقض بين الوقائع.

3- اختيار الوقت المناسب لنشر الحملة مراعيا الظروف العامة للمجتمع سياسيا واجتماعيا واقتصاديا، والظروف الخاصة بالصحيفة نفسها.

4- ان تكون الصحيفة مساندة لهذه الحملة وفريق العمل أو المحرر المكلف بها مساندة كاملة وتقدم له الدعم الكامل ماديا وأدبيا، خاصة وأن المحررين الذين يقومون ببعض هذه الحملات قد يتعرضون دائما لخطر شخصى.

5- نجاح الحملة فى استقصاب الصحف ووسائل الإعلام الأخرى وجعلها – رغم أنها تعد صحفا منافسة – تشارك فى دعم هذه الحملة.

6- ان يتم مراجعة وثائق الحملة ومستندات من جانب المستشار القانونى أو الإدارة القانونية بالصحيفة بحيث تثق الصحيفة أنها لن تتعرض لمساءلة قانونية، وأنها حتى إذا وصلت الأمور إلى ساحة القضاء فإن موقفها القانونى يكون سليما.

7- عرض وجهات النظر المختلفة المؤيدة والمعارضة للحملة بطريقة منصفة.

8- الحملة الصحفية الناجحة هى التى توفق فى تحريك الهيئات المعنية لتظهر أمام الرأى العام وعلى صفحات الصحيفة لترد برأيها حول موضوع الحملة إلى جانب استجابة المسئولين للتدخل بشكل ما لحل المشكلة أو القضية واتخاذ قرار بشأنها.

9- يجب كتابة الحملة الصحفية بطريقة هادئة ومنضبطة فليس هذا مكانا للمبالغة، وتتضمن مقدمة الحملة أهدافها وأهم النتائج الرئيسية التى توصلت إليها وعدد حلقاتها والمشاركين فيها وتقدم الحلقات المختلفة للحملة التفاصيل على أن يتضمن الموضوع الأخير من الحملة التوصيات والاقتراحات.

خلاصة الوحدة الخامسة

تناولت هذه الوحدة الأشكال الصحفية التفسيرية والاستقصائية حيث ناقشت الحديث الصحفى Interview: مفهومه وأهدافه وخطوات إعداده من حيث اختيار الشخصية وجمع المادة الخلفية حول موضوعه، والسيرة الشخصية للتحدث معه، وتحديد الأسئلة وإعدادها، الاستعداد لإجراء الحديث وإدارته والعوامل المؤثرة فى نجاحه، ثم إجرائه والأمور التى ينبغى مراعاتها أثناء طرح الأسئلة، وأخيراً خطوات تحرير الحديث وصيغ ذلك.

وناقشت الوحدة أيضاً التحقيق الصحفى: مفهومه وأنواعه، الفكرة التى تصلح تحقيقا صحفيا، مراحل إعداد التحقيق الصحفى (التخطيط، جمع المعلومات وتحليلها، تحرير التحقيق ومراجعته) قوالب التحقيق الصحفى.

كما عرضت الوحدة لموضوع المعالم Feature، والاتجاهات المختلفة فى تعريفه، والجوانب التى يتسم بها الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم (الابداعية، الذاتية، التأثير الإعلامى، الاقناع، الدوام، الايقاع الأسلوب التحريرى).

وأخيراً عرضت الوحدة للحملة الصحفية Campaign من حيث مفهومها وأهدافها وأنواعها وخطوات إجراء الحملة الصحفية المخططة (تحديد موضوع الحملة، التخطيط لإجرائها، تنفيذ الحملة، بداية النشر، التقويم المرحلى، استمرار النشر، متابعة النشر، ختام الحملة، التقويم النهائى)، وانتهت الوحدة بالإشارة إلى أهم المعوقات التى قد تحول دون تحقيق الحملة لأهدافها، وأيضا أهم العوامل التى قد تساعد فى نجاحها.

أسئلة الوحدة الخامسة

1- قارن بين المفاهيم التالية:

- الحملة الصحفية، التحقيق الصحفى.
- مقدمة الحوار والمقدمة الاقتباسية.
- المصادر البشرية والمصادر غير البشرية للحملة.
- قالب الاعتراف وقالب القصة كقالبين من قوالب التحقيق الصحفى.
- اتجاه اعتبار الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم موضوعا خبريا والاتجاه الآخر الذى يعتبره شكلا غير اخبارى.

2- أكمل:

- يراعى عند صياغة أسئلة الحديث الصحفى:

- ....
- ....
- ....
- ....

- من شروط العنوان الجيد.

- ....
- ....
- ....
- ....

- يمكن تقسيم التحقيق العام إلى عدة أنواعها هي:

 - ....
 - ....
 - ....
 - ....

- ومن مصادر الفكرة التى تصلح تحقيقا :

 - ....
 - ....
 - ....
 - ....

- تتعدد وتتنوع أهداف الحملة الصحفية منها:

 - ....
 - ....
 - ....
 - ....

- وقد يكون المستهدف منها:

 - ....

أو - ....

أو - ....

- يتسم الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم بالجوانب التالية:

– ....

– ....

– ....

– ....

3- حدد المقصود بالمصطلحات التالية:

- المنقبون عن الفساد.
- موضوع المعالم.
- المقدمة القنبلة.
- التحقيق المشوق.
- شعار الحملة الصحفية.

أنشطة يقوم بها الدارس

1- أمامك عدة موضوعات والمطلوب منك اختيار احداها لتجرى حوله حديثا صحفياً محدداً:

- الشخصية أو الشخصيات التى تختارها لهذا الحديث ومبررات اختيارها.
- الخطوات التمهيدية المطلوب إجراؤها قبل تنفيذ الحديث.
- اقترح الأسئلة التى ستوجهها لهذه الشخصية.
- اكتب مقدمة وعناوين رئيسية افتراضية لهذا الحديث والموضوعات هى:

(أ) تطوير التعليم.

(ب) البطالة.

(جـ) تلوث البيئة

(د) الاغتراب الثقافى للشباب

2- تابع التحقيقات الصحفية المنشورة خلال أسبوع فى الصحيفة التى تقرأها باستمرار وقيمها من حيث:

- أنواع التحقيقات الصحفية المنشورة بها.
- نوعية الموضوعات التى تتناولها هذه التحقيقات مقيما أفكارها فى ضوء شروط فكرة التحقيق الصحفى الجيدة.
- مدى مراعاتها للأسس العلمية لإجراء التحقيق الصحفى.
- أنواع المقدمات والعناوين بهذه التحقيقات.
- اختر أحد هذه التحقيقات واعد صياغته فى ضوء ما تعلمته م أسس علمية لكتابة وتحرير صحفى مشق وجذاب.

- اختر أحد هذه التحقيقات مقترحاً كيف يمكن أن تتناوله فى شكل موضوع معالم Feature مستعرضاً الخطوات التى ستتبعها.

3- حاول أن ترجع إلى أرشيف احدى الصحف واختر احدى الحملات الصحفية الناجحة التى نظمتها هذه الصحيفة، وحلل عناصر نجاح هذه الحملة من حيث:

- موضوعها.
- أهدافها.
- أساليب حصولها على المعلومات.
- فريق العمل ومدى مشاركة وتضافر الجهاز التحريرى للصحيفة للاسهام فى نجاحها.
- الفنون الصحفية المستخدمة.
- ما حققته الحملة وما لم تحققه.

4- من خلال معايشتك للواقع الراهن، اختر موضوعا ترى أنه يستحق أن يكون مجالا لحملة صحفية ناجحة، وضع خطة إجراء هذه الحملة مفترحا الصحيفة التى ترى أن تنشر بها من حيث:

- الأهداف.
- المحاور.
- فريق العمل المقترح.
- الأشكال الصحفية المقترح استخدامها.
- الجدول الزمني للنشر.
- نقطة البداية المثلى.

مراجع الوحدة الخامسة

(1) جمال عبد العظيم – الحملات الصحفية فى الصحف المصرية الأسبوعية فى الفترة من 1978 إلى 1984، رسـالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1994، ص ص23-128.

(2) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط3. القاهرة، عالم الكتب، 1985.

(3) جون هو هنبرج، الصحفى المحترف (ترجمة كمال عبد الرؤوف) ط5، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1990، ص ص669-695.

(4) جلال الدين الحمامصى، من الخبر إلى الموضوع الصحفى، القاهرة، دار المعارف، 19.

(5) جلال الدين الحمامصى، الصحيفة المثالية، القاهرة، دار المعارف، 1972، ص ص146-150.

(6) السيد سلامة، الحملات الصحفية بين سلطة الدولة وسلطة رئيس التحرير، القاهرة، الدار البيضاء للطباعة والنشر، 1991.

(7) اسما حافظ، نظرية الحملة الصحفية، القاهرة، مطابع سجل العرب، 1989.

(8) ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين: فن التحرير الصحفى: المفاهيم والأدوات، القاهرة: د.ن، 1996.

(9) ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين: فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات، القاهرة: دار السحاب، 2004.

(10) محمود ادهم: الأسس الفنية للتحرير الصحفى العام، القاهرة: د. ن، 1984.

(11) عبد اللطيف حمزة: المدخل إلى فن التحرير الصحفى، القاهرة: دار الفكر العربى، ط4، د. ت.

(12) ابراهيم إمام، دراسات فى الفن الصحفى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1972.

(13) Paul N. Williams, Investigative Reporting and Editing. New Jersy. Prentice Hall. Inc.. 1978.

(14) Judith Bolch and Kay Miller. Investigative and In-depth Reporting. New York. Hosting House. Publishers. 1978.

(15) Clark R. Mollenhoff, Investigative Reporting from Court House to White House , New York, Mac Millan Publishing Co., Inc., 1981.

(16) Siles Bent, News Paper Crussaders, Anglected Story, New York, GreenWood Publishers, 1970.

(17) Williams J. Paisley, Public Communication Campaigns, The American Experience, California Sage Publication, Inc., 1981.

(18) Bogart, Leo: "Social Scinces in the Media", In: Fredrick T.C.C (ed) "Behavioural Sciences and The Mass Media", Russel Sage, New York, 2ed Edition, 1972, pp. 112-114.

(19) Bogart, Leo and Klare, William L.: "Mass Media Scientific Research: Major Issues, Similarities, and Differences: In Karl Sand: "Newspaper of the Seventies", A report to the ANPA National Readership Project, 1971.

(20) Mac Dougal, Curtis: "Interpretative Reporting", 8th edition, Macmillan Publishing Co., New York, London, 1982.

(21) Weinberg, Steve: "Plugged in Journalism: Investigative Reporting and Computers", Columbia Journalism Review, November and December 1982.

الوحدة السادسة

أشكـــال مـــواد الـــرأى

الوحدة السادسة

أشكـــال مـــواد الـــرأى

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يشرح الخصائص المميزة لكل شكل من أشكال مواد الرأى.

2- يميز بين أشكال مواد الرأى المختلفة.

3- يقيم ما تقدمه الصحف من أشكال مواد الرأى فى ضوء الأسس العلمية التى درست.

4- يحرر المقال الصحفى بأشكاله المختلفة وفقا لما درسه.

عناصر الوحدة:

1- صفحة الرأى وخصائصها.

2- أنواع المقال الصحفى.

3-خطوات تحرير المقال الصحفى.

4-الكاريكاتير.

5- رسائل القراء.

6- خلاصة.

7- أسئلة.

8 - أنشطة.

9- مراجع.

تعتبر الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها مواد الرأى إحدى وسائل الصحيفة للتأثير على قرائها، وفى التعبير عن وجهة نظرها تجاه القضايا المختلفة، وإتاحة الفرصة للقراء العاديين وكبار الكتاب والمحررين والمتخصصين لعرض آرائهم العامة أو التى تتعلق بقضايا عالجتها الصحيفة.

وقد ترى الصحيفة أن تجمع كل مواد الرأى فى صفحة تخصصها لهذا الغرض يطلق عليها صفحة الرأى Editorial Page، وقد تفضل صحفا أخرى أن توزع هذه المواد على صفحات الجريدة المختلفة، فى حين قد تجمع نسبة كبيرة من الصحف بين الأسلوبين إذ تخصص صفحة للرأى وتنشر بعض المقالات وأعمدة الرأى على صفحات أخرى مثلما تفعل جريدة الأهرام مثلا.

صفحة الرأى:

تعد صفحة الرأى Editorial Page من الصفحات المهمة فى الصحيفة إذ أنها توفر وقت القارئ بما تقدمه له من معلومات وخلفيات عن الأخبار والأحداث الجارية، وما تتيحه من حقائق مركزه مما يسهل على القارئ أن يزن قيمة الأخبار بمقاييس حكم دقيقة.

كما أن هذه الصفحة تسهم فى تحديد أندة اهتمامات القارئ من خلال جذب انتباهه لأهم الأحداث وأكثرها دلالة، كما أنها تساعد فى تجنيبه التشويش الذى قد يتعرض له نتيجة فيض الأنباء التى تقدمها له وسائل الاتصال المختلفة، والتى قد يعجز عن الربط بينها وفهم مدلولاتها ليصل إلى تكوين صورة كاملة للأحداث.

ويتعود القارئ من خلال صفحة الرأى على التفكير فيما تعنيه الأنباء، وليس من الضرورى -بل أنه من غير الطبيعى- أن يوافق كل قارئ على ما جاء بإحدى المقالات من آراء، ولكن المهم أن ينجح هذا المقال فى أن يدفع كل القراء إلى التفكير حتى ولو أخذ بعضهم الجانب المعارض لما يراه هذا المقال.

وتقوم هذه الصفحة بتقديم خدمة عامة للقراء من خلال ما قد تنظمه من حملات للدفاع عن مصالح الناس والتعبير عن مطالبهم، وتفتح لهم المجال ليعبروا عن آرائهم.

وتسهم هذه الصفحة فى تنمية دور المواطنين ومشاركتهم فى صنع القرار فى مجتمعاتهم.

فضلاً عن أن صفحة الرأى تعبر عن شخصية الصحيفة وآرائها ومواقفها عن الأحداث، وقد يرفض بعض القراء بعض هذه الآراء أو المواقف ولكنهم يحترمون الصحيفة التى لها مواقف تدافع عنها بشجاعة.

وحتى تؤدى صفحة الرأى مهامها بكفاءة، من المهم أن تتسم بالخصائص التالية:-

1- أن توفر إمكانية التعبير عن الرأى بحرية وإدارة الحوار بين المواطنين، وتفتح صفحاتها لكل الآراء بعيداً عن التعصب، ولمختلف وجهات النظر والتيارات السياسية دون استبعاد أى تيار من فرصة مناقشة المسائل المختلفة.

2- أن تقدم الحقائق بأمانة ودقة وتسعى للوصول إلى نتائج موضوعية من استقراء هذه الحقائق، بحيث يراجع الكاتب ما يصل إليه من نتائج فى ضوء المعلومات التى استطاع الحصول عليها.

3- ان تستند مقالات الرأى إلى حصيلة الدارسات العلمية المختلفة التى تتناول مشكلات الواقع وقضاياه بتعمق، وتجيب على أسئلة القراء المهمة وتشرح لهم حقائق الأمور بقدر ما تستطيع.

4- ألا يكون دافع كتابة مقال معين مصلحة شخصية أو سعى الكاتب للحصول على منفعة ذاتية له أو لبعض معارفه.

5- أن يكون هناك تخطيط مدروس لاثارة مناقشات حول بعض القضايا الرئيسية، إذ لا تكتفى الصفحة فقط - وفى كل الأحوال - بما يصل إليها من مقالات، بل لابد أن تتحرك وتستكتب بعض الكتاب والمتخصصين.

6- أن تتنوع الصفحة شكلا ومضموناً بحيث يتحقق التوازن بين الموضوعات التى تعالج قضايا محلية وقومية ودولية من ناحية، وبين الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من الموضوعات من ناحية ثانية وبين المقالات التى تستهدف التفسير والتى تسعى إلى الدفاع عن فكرة معينة وغير ذلك من ناحية ثالثة.

7- أن تستعين بكتاب لديهم القدرة على التحليل الكفء، على أن يكون جهاز تحريرها من المحررين الذين يمثلون وجهات نظر متعددة لإضفاء حيوية على الصفحة ويتصفون بسعة الأفق والإطلاع والثقافة الواسعة وإجادة عدة لغات أجنبية.

8- أن يدرك كاتب مقالات الرأى أنه ليس معصوما من الخطأ، لذلك لابد أن يهتم بما يقوله أولئك الذين قد يختلفون معه فى الرأى، على أن تكون لديه الشجاعة فى الوقت نفسه للتعبير عن معتقداته وفلسفته فى الحياة ويرفض قبول مبدأ أن يكتب ما يناقض أو يتعارض مع هذه المعتقدات.

وينصح بعض العلماء كاتب الرأى أن يتوقف عن أداء دور المحامى ويحرص على أن يكون معلما.

9- ان تساير الصفحة الاتجاهات المعاصرة فى التفسير وذلك من خلال مراعاة العناصر التى قد تبدو غير مترابطة والبحث عن الاتجاهات التى قد تكون غير واضحة وكذلك الاتجاه نحو التخصص، ونحو الاستقلالية بمعنى تجاوز الحدود الحزبية الضيقة وتخصيص مساحة أكبر للآراء الناقدة والمختلفة والمعارضة.

وإذا كان من الضرورى أن تكون هناك مجموعة من المبادئ العامة التى تدافع عنها الصفحة ولا يجوز أن تناقضها باختلاف الموضوعات التى تناقشها إلا أنها لا ينبغى أن تتجمد أمام هذه المبادئ، بل يمكنها أن تغيرها أو تطورها وتعدل فيها إذا كشفت لها الحقائق والظروف أنها لم تكن على صواب فى تمسكها بمثل هذه المبادئ.

أشكـــال مـــواد الـــرأى:

يعد المقال أحد الأشكال الصحفية التى تستخدم فى التعبير عن رأى أو فكرة أو قضية، مشكلا أساسا قويا فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو القضايا التى تطرحها الصحيفة بما يقدمه من تفسير وشرح وتحليل، وما يهدف إليه من محاولة الإقناع.

وهناك تعريفات متعددة للمقال، منها تعريف ولدروب Waldrop بأنه مادة فى جريدة أو مجلة يقدم وجهات نظر محرريها أو غيرهم من الشخصيات ويعكس ضمير الجريدة وشجاعتها واعتقاداتها.

ويقدم أديب مروة تعريفاً آخر إذ يرى أن المقال مجرد عرض أو تحليل لفكرة معينة يتلقفها الكاتب من بيئته فيعبر عنها بأسلوب سهل قريب إلى الأذهان دون حاجة إلى التمحيص أو التعمق، بل يوشك أن يكون حديثا سلسا عاديا مختصرا بين الكاتب وقرائه يشترط فيه الابتكار والتجدد والسرعة.

أما د. عبد اللطيف حمزة فيأخذ تعريفا انجليزيا للمقال على أنه Essay أى شيء غير مكتمل يشبه المذكرات الخاصة والخواطر المتناثرة، وعلي القارئ تكميل ما به من نقص، ويرى د. إبراهيم إمام أن كلمة مقال تعنى محاولة أو خبرة أو تطبيقا مبدئيا أو تجربة أولية، فالمقال محاولة لاختبار فكرة من الأفكار أو لتدبر رأى من الآراء أو لتأمل اتجاه من الاتجاهات النفسية والتعبير عنها بأسلوب سلس جذاب.

بينما يرى رشدى صالح أن المقال جنس من أجناس المادة التى تطرحها الجريدة لتغطية تساؤلات واهتمامات ذات صفة حالية مرتبطة بالأحداث المهمة والمشكلات والقضايا الجارية بالفعل فى حياة قرائها أو تلك التى يمكن أن تجرى فى حياتهم فى المستقبل القريب.

وفى رأينا أن المقال لم يعد - كما أشارت إلى ذلك بعض التعريفات - شيئا لم يكتمل أو تجربة أولية، لا يحتاج إلى تمحيص أو تعمق فذلك هو ما يمكن أن ندرجه تحت نوع واحد من المقالات هو المقال الأدبى أو مقال الاعترافات والخواطر، وكذلك

مقال اليوميات، أما أنواع المقال الأخرى فقد أصبحت الآن أقرب إلى البحث العلمي أو الدراسة تحلل حدثا من الأحداث أو قضية من القضايا بهدف تفسيرها أو الوصول إلى ما ورائها، ويحتاج من كاتبه إلى جهد في جمع مادته، والقارىء المعاصر لم يعد يهتم كثيرا بقراءة المقالات الإنشائية الأقرب إلى المذكرات الخاصة أو الخواطر وما يميز المقال عن البحث العلمي هو الأسلوب الذي يصاغ به المقال والذي لابد أن يكون بسيطا ليستطيع القارئ العادي ذو الثقافة المتوسطة فهمه، ولا يستخدم المصطلحات غير المفهومة أو التعبيرات والتركيبات المعقدة.

وفي حدود التطورات الراهنة في صناعة الصحافة، ومتطلباتها المهنية ووظائفها واحتياجاتها ومنافستها للوسائل الأخرى، يمكن القول أن المقال كشكل صحفي له دوره المميز ووظائفه المحددة داخل الصحيفة كأحد أشكال مادة الرأي إلى جانب رسائل القراء والرسوم الساخرة، ووفقا لبعض تعريفات المقال مثل تعريف قاموس اكسفورد للمقال بأنه إنشاء كتابي معتدل الطول في موضوع ما، وهو دائما ينقصه الصقل، مما يجعله يبدو أحيانا غير مفهوم أو منظم، لابد أن تخرج من دائرة المقال الصحفي كتابات مثل مقالات محمد حسنين هيكل، وأحمد بهاء الدين، ومكرم محمد أحمد، وإبراهيم سعده، وفهمي هويدي (من مصر) وميشال أبو جوده، وغسان تويني، وفؤاد مطر، وجهاد الخازن، وغسان الأمام (من لبنان)، ومحمد الرميحي (من الكويت)، ورضا لاري، ومشعل السديري (من السعودية).

فقد أصبح المقال الآن من حيث المضمون وكذلك من حيث أسلوب المعالجات شكلا صحفيا هو الأقرب إلى البحث أو الدراسة العلمية التي تحلل حدثا أو ظاهرة أو قضية أو فكرة بهدف عرضها أو تفسيرها أو الإقناع بها أو تحليلها إلى أبعادها المختلفة، أو النقد المتكامل لأركانها، أو البحث في خلفياتها وجذورها ودوافعها، وكذلك استشراف المستقبل، والبحث أو الدراسة العلمية التي تعتمد على المعلومات الدقيقة الموثقة أولا وأخيرا، وعلى التفكير أو المنهج العلمي في وضع خطة البحث وفي جمع المعلومات وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها.

لذا يحتاج إعداد المقال الآن إلى بذل جهد فى جمع مادته: وقد يكون جهدا مكتبياً من خلال مركز أو قسم المعلومات الصحفية داخل الجريدة، أو جهدا ميدانياً أحياناً من خلال الاتصال بالمصادر الحية، بل قد يفوق الجهد المبذول فى إعداد المادة الإخبارية أو المادة التفسيرية والاستقصائية (الأحاديث والتحقيقات)، حيث يتطلب المقال الناجح والمقنع أن يكون مبنياً على المعلومات الموثقة والبيانات الدقيقة إلى جانب الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية توضيحية كانت أم تعبيرية التى تزيد من وضوح جوهر المضمون وتعمقه.

أنـــواع المقـــال الصحـــفـــي:

هناك تقسيمات عديدة للمقال الصحفى بعضها يعتمد على المضمون فى تقسيمه والبعض الآخر على الشكل، والبعض على الوظيفة، ونعرض هنا لتصنيف جديد للمقال الصحفى **يمزج بين التقسيمات المختلفة للمقال:**

1- المقال الافتتاحي Editorial:

وهو مقال ثابت يظهر يومياً أو حسب دورية صدور الصحيفة - تعلق فيه الصحيفة على الأحداث وتفسرها وتشرحها وتقدم من خلالها وجهة نظرها ويوقع باسمها وقد تنشره الجريدة فى صفحة الرأى Editorial Page وأحيانا فى الصفحة الأولى، أو صفحة داخلية حسب تبويب الصحيفة، وتعبر فيه الصحيفة عن آرائها ومواقفها من قضية راهنة، أو مادة نشرتها أو تنشرها الصحيفة أو صحف أخرى، أو موقف أو حدث أو قضية مثارة، وينطق بلسان الجريدة، وترجع أهمية هذا النوع من المقالات إلى أنه يعكس موقف الجريدة وتوجهها التحريرى، وانحيازها تجاه قضية من القضايا ورؤيتها لتداعيات الأحداث.

أى أنه يمكن القول أن المقال الافتتاحى هو: "تعبير موضوعى عن رأى الصحيفة تدعمه الحقائق والأدلة والإحصائيات فى أهم أحداث اليوم التى تمس مصالح أكبر عدد من القراء وتثير اهتمامهم وتدفعهم إلى العمل على تنمية المجتمع وترقيته".

وإذا كانت الوظيفة الأساسية للمقال الافتتاحى هو طرح وجهة نظر الصحيفة فى الأحداث والقضايا والمسائل المثارة فى المجتمع ومحاولة إقناع القارىء بها، إلا أن الافتتاحية لها وظائف أخرى منها الإسهام فى تكوين أ ندة اهتمام الرأى العام، التنبيه إلى وجود خلل ما أو الكشف عن فساد أو انحراف فى أى قطاع من قطاع المجتمع ومؤسساته، تنوير القراء والربط بين الأحداث المنفصلة ووضعها فى سياقها العام، تدعيم ومساندة سياسة معينة أو قرار بعينه.

وقد يقوم بكتابة المقال الافتتاحى الناشر (أو رئيس مجلس الإدارة)، أو رئيس التحرير بنفسه، أو يوحى بفكرتها إلى محرر يقوم بكتابتها، وهذا ما كان يفعله كبار رجال الصحافة الأمريكية أمثال: يمس جوردون بينيت، هوراس جريلى، جوزيف بوليترز، وليام راندولف هيرست، وهذا الأخير هيرست كان يمثل نمط الصحافة الشخصية بمحافظته وحرصه على الاتصال التليفونى بإمبراطوريته الصحفية التى تمتد من مدينة نيويورك إلى سان فرانسيسكو وهو فى قلعته المنعزلة فى سان سيمون على شاطئ كاليفورنيا، فقد كان يكتب شخصيا افتتاحيات جرائده العديدة بأسلوب مميز وكانت تنشر جميعها فى اليوم نفسه.

وهناك تيار حديث اليوم، يحاول أن يطور من العملية من خلال نظام يطلق عليه مجلس الافتتاحيات editorial board لإنتاج مقالات افتتاحية أكثر مقروئية وفعالية، ويضم هذا المجلس ممثلين لجهاز التحرير، الناشر أو من ينوب عنه، رئيس التحرير، محرر صفحة الرأى، محرر أو أكثر يمثلون وجهات نظر متباينة، فجريدة مثل Los Anyles Times لها مجلس للافتتاحيات: يضم الناشر ورئيس التحرير ومساعد رئيس التحرير وطاقم كتاب الرأى، وممثلين عن أقسام الجريدة المختلفة، كالسياسة الخارجية مثلا والمحليات ويعمل كمجلس فكر تنبع من مناقشاته ومداولاته افتتاحيات الجريدة.

وتتخذ فيه القرارات التى تحدد سياسات التحرير والمقالات الافتتاحية المعبرة عنها وأحيانا يلجأون إلى التصويت لحسم الخلافات التى قد تنشأ بينهم حول قرار يتعلق بموضوع أو صياغة افتتاحية معينة.

وبعد أن يتم إقرار موضوع الافتتاحية، يعهد بكتابتها إلى أحد أعضاء هذا المجلس ويتم هذا دوريا ، وبعد أن يكتب عضو مجلس الافتتاحية المسودة الأولى للافتتاحيات يكون لكل الأعضاء فرصة قراءتها والتعليق عليها، ويتم بعد ذلك تحرير النص النهائى، ويتيح وجود محررين من ممثلى الأقسام المختلفة والتخصصات المتنوعة فرصة للتزود بوجهات نظر مفيدة.

وهناك مدخل ثالث لكتابة المقالات الافتتاحية، يقوم على تعيين محرر مسئول لصفحة الرأى Editorial Writer، يختص بمسئولية المقال الافتتاحى تحت توجيه رئيس التحرير أو الناشر، ويقوم بكتابتها بنفسه أو تكليف من يراه من المحررين المتخصصين فى موضوع الافتتاحية ثم يقوم بمراجعتها وصياغتها وعرضها على رئيس التحرير أو المحرر المسئول.

أنواع المقال الافتتاحي:

هناك تصنيف للمقال الافتتاحي أشار إليه شيلتون بوش فى كتابه "كتابة الافتتاحية والتفكير فيها" حيث ينقسم فى رأيه وفقا للهدف إلى:

1- **المقال الافتتاحي الشارح:** وهو الذى يفسر الأخبار أو الأحداث ويجلى أبعادها ويفترض فيه أن يلتزم بالموضوعية فلا يتبنى آراء مسبقة وانما تقتصر مهمته على شرح الأخبار فقط.

2- **المقال الافتتاحي النزالي:** وهو المقال الذى ينطلق من آراء مسبقة يريد كاتب المقال أن يحمل القارئ على اعتناقها مستخدما أسلوب النزاليات الذى يحتمل شجب الآراء المخالفة وفقا لذلك المنطق الخطابى.

3- **المقال الافتتاحي المتنبئ:** وهو الذى يقوم بما يشبه عملية استكشاف للنتائج المتوقعة والتى يمكن حدوثها فى المستقبل وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ما حدث وادراكه لطبيعة القوى التى تحكمه فإنه قد يتنبأ بأحداث وامتدادات تتم فى المستقبل ومثل هذا المقال تنشره الصحيفة متى كانت واثقة من معلوماتها وقدرتها على

فحص الأحداث والاتجاهات التى تسفر عنها الأيام وتشكل المقالات الافتتاحية العنصر أو المكون الرئيسى لصفحة الرأى واضافة إلى مكونات أخرى سنعرض لها بالتفصيل فيما بعد، وهى لا تحمل توقيع محرر أو كاتب بل اسم الجريدة (أو المجلة)، وعادة ما يكون لها عنوان ثابت (كلمة اليوم) (رأى الأهرام)، وموقع ثابت ومساحة شبه ثابتة، وقد يكون مقالة واحدة تعالج موضوعا واحدا، أو عدة مقالات (اثنين أو ثلاثة) تعالج أكثر من موضوع، كما قد يتضمن اقتباسات مختصرة من افتتاحيات بعض الصحف الأخرى المحلية والدولية كخدمة اضافية للقارئ.

ويختلف شكل الافتتاحية فى المجلة –أحياناً– عن هذا النمط ليأخذ أشكالا متعددة منها:

1- التعليق على حدث أو قضية.

2- حوار بين المحرر والقراء.

3- تقديم لموضوع صحفى تنشره أو تناقشه المجلة على صفحاتها أو بداية حملة صحفية تخوضها.

4- تقديم كاتب كبير يبدأ الكتابة فى المجلة لأول مرة.

5- تعريف القارئ بتغييرات جديدة فى سياسة تحرير المجلة أو فى شكلها، وتبويبها، تصميمها واخراجها، تحريرها.

6- مخاطبة القارئ حول خلفية صدور هذا العدد أو ذاك من المجلة، وكأنه يعيش فى مطبخ الصحيفة، ويتعرف على مدى المعاناة والمتاعب التى تواجه الجهاز التحريرى لمجلته من أجل تقديم أفضل خدمة صحفية ممكنة له.

ويتميز المقال الافتتاحى عن غيره من أنواع المقالات بالسمات التالية:

1- ان كاتب المقال الافتتاحى ملزم بالتعبير عن سياسة الصحيفة، بينما كاتب المقال الصحفى التحليلى أو المقال النقدى أو المقال العمودى ليس ملزما بذلك وان كان لا يستطيع مناقضة الملامح العامة للسياسة التحريرية للصحيفة.

2- لا يوقع المقال الافتتاحى باسم كاتبه باعتبار أنه يمثل آراء هيئة تحرير الصحيفة كلها وليس محررا بعينه، أما المقالات الصحفية الأخرى فهى تنسب إلى كاتبيها.

3- للمقال الافتتاحى مكان ثابت فى الصحيفة وعنوان ثابت، كما أنه ينشر بإنتظام، ويتفق معه فى ذلك العمود الصحفى فقط (وبعض أنواع المقالات التحليلية لكبار الكتاب التى تنشر بشكل منتظم فى أحد أيام الأسبوع مثلا)، أما باقى المقالات التحليلية والنقدية فليس لها مكان ثابت ولا تنشر إلا وفقا لرغبة ومقدرة كاتبيها.

4- أن كاتب المقال الافتتاحى ينبغى أن يتسم بالمقدرة على الكتابة الاقناعية Persuasive أكثر من الكتابة الإعلامية Informative.

2- المقال القائد الموقع Leading Article:

وهو نوعية من المقالات التى يكتبها عادة كبار الكتاب وخاصة رؤساء التحرير وكبار محررى الجريدة، مثل مقالات رؤساء التحرير فى صحف الأهرام أو الأخبار أو الجمهورية، وبعضها له عنوان ثابت مثل (بهدوء) (بصراحة) (الموقف السياسى) وموعد ثابت (أسبوعى، يومى، يومان فى الأسبوع)، أو ينشر فقط فى مواجهة حدث من الأحداث أي أن طبيعة الأحداث هى التى تفرض نشره.

ويطلق على هذا النوع من المقالات - المقالات القائدة الموقعة - والكلام هنا للدكتور محمود أدهم - لأنها تقود أفكار القراء وتدفع بهم إلى الفهم الكامل لما تناولته، أو تقودهم نحو اتجاه فكرى أو سياسى معين، لان كاتبه - كما يفترضً - من قادة الفكر الصحفى فى حدود الجريدة أو المجلة التى تنشر هذا المقال، وهى موقعة لان اسم كاتبها - وهو هنا اسم رئيس التحرير مثلاً - يذيلها بعكس المقالات الافتتاحية.

وهناك أكثر من وظيفة لهذا النوع من المقالات أبرزها:

1- القيام بمهمة المقال الافتتاحى بالنسبة للجرائد والمجلات التى لا تنشر المقالات الافتتاحية والتى درجت على ذلك لأى سبب من الأسباب.

2- بالنسبة للجرائد والمجلات التى درجت على نشر مقالات افتتاحية يوميا وبانتظام، فإنه يمثل فى أيام نشره دور "المقال الافتتاحى الثانى للصحيفة".

3- يعطى فرصة للصحيفة لكى تعرض وجهة نظر ثانية أو رأى آخر أو موقف جديد، مما يضاعف من بروز جانب الرأى فى الصحيفة، ويعمل على استقطاب أنظاره وفكر قراء جدد لهم أهميتهم ومسئوليتهم الفكرية.

4- يقدم لرئيس التحرير فرصة للتعريف برؤيته ونظرته الخاصة إلى الأحداث دون تأثر كامل بسياسة الصحيفة أو خطتها العامة إذ قد يختلف أحيانا مع هذه السياسة، وقد يكون هذا المقال فى أحيان كثيرة مثلا للربط الدائم بين رئيس التحرير ككاتب، وبين قرائه.. ومن هنا ووسط مشاغل هؤلاء التى قد لا تتيح لهم كتابة أنواع المقالات الأخرى نجد حرص رؤساء التحرير البالغ على كتابته كلما أُتيحت لهم الفرصة لذلك.

5- وهو يقدم أيضاً لرئيس التحرير فرصة الدفاع عن آرائه، ورد الهجوم الذى يكون قد تعرض إليه من كاتب آخر، أو صحيفة أخرى، أو حزب معين، مع ملاحظة أن هذا الهجوم والرد لا يتناولان الأمور الشخصية، حيث لا يجوز ذلك، وإنما المسائل السياسية واهتمامات الجمهور وحركتها بشكل عام.

وهو يخدم المسار الديمقراطى ويدعمه بما يقدمه من أفكار وما يعرضه من آراء وما يتناوله من أمور، خاصة بالنسبة للصحف فى البلاد النامية، حيث تكون المقالة الافتتاحية فى أغلب الأحوال موجهة، بشرط أن يستخدم رئيس التحرير حقه الكامل فى الإعلان عن أفكاره وآرائه، حيث تصطدم الآراء وتتعارض، وتتألف وتتنوع بما يخدم التجربة الديمقراطية ويدعم حق المواطن فى أن يعرف ما يدور فى مجتمعه.

وبعضها قد يؤدى وظيفة "منطاد الاختبار" أو بالوناته التى تطلق فى الجو، لتؤدى وظيفة قياس مدى استجابة القراء وإنعكاساتهم بشأن قرار ينوى المسئولون اتخاذه، أو قانون بصدد إصداره، أو إجراء مهم يفكر المسئولون فيه، ويريدون معرفة وجهة نظر

الناس فيه، وواضح أن ذلك يتم بالنسبة لصحف البلاد النامية، التى قد تحقق مثل هذه الاتجاهات بعض النتائج المستهدفة فى أوساطها المتواضعة المستوى "سياسياً"، فضلاً عن إتاحة الفرصة لرئيس التحرير للمشاركة الايجابية والفعالة والسريعة فى قضايا الوطن بالفكر المستنير والقيام بدور رقابى متميز، من الصحيفة، على الأجهزة التنفيذية المختلفة وقراراتها وإجراءاتها المتصلة بمصالح الجماهير.

وقد يكون هدفه التمهيد لحملة صحفية ما تقوم بها الجريدة أو المجلة تأييدا أو دفاعا عن قانون أو قضية أو اتجاه أو هجوما عليها أو على وضع من الأوضاع غير السوية أو على جانب من الجوانب التى تهدد راحة الناس، أو وحدة المجتمع على أن لا يقتصر الأمر على التمهيد لأمثال هذه الحملات فقط وانما المشاركة فيها وربما كتابة مقال الختام بالنسبة لهذه الحملة.

3- مقال التعليق الصحفى Commentary Article:

وهو شكل من أشكال المقال الصحفى ظهرت الحاجة إليه بعد أن تعقدت الحياة، وتداخلت شئونها وبرزت إلى الوجود بشكل ظاهر قضايا سياسية واقتصادية وإنسانية واجتماعية وعلمية معقدة، متشعبة، إضافة إلى التدفق الهائل للأخبار والمعلومات من كل مصادر الاتصال ووسائله المكتوبة والمسموعة والمرئية والمسموعة المرئية إلى جانب الاتصال الشخصى، وقد أدى ذلك كله إلى إحساس قارئ الصحيفة العادى أو رجل الشارع الممثل للأغلبية القارئة وللقطاع الواسع من الرأى العام بالحيرة وعدم الفهم وبتداخل القضايا.

ومن هنا يرتكز هذا النوع من المقالات على تقديم اجابة شافية عن سبب وقوع حدث ما، والإجابة عن تساؤلات قد تثور فى ذهن القارئ عند قرائته خبر ما لعدم وضوح هذا الخبر، أو أحد جوانبه، أو ارتباطه بشخصية غير معروفة عند القراء، أو يعرف عنها القليل من المعلومات، وأدت بعض أعمالها الراهنة إلى تسليط الأضواء عليها.

وقد يكون الخبر المنشور – الذى هو تقرير عن حدث يستحق النشر من وجهة نظر المسئولين عن تحرير الصحيفة – مقدمة لأحداث خطيرة، أو متضمنا في ثناياه أمورا مؤثره على المستوى العالمي، أو على مستوى الأمن الوطني، أو الحياة الشخصية للفرد: اقتصاديا أو علميا أو صحيا.

وحتى يؤدى الخبر وظيفته الإعلامية وهى تقديم تقرير موضوعى عن الأحداث، بدون تدخل من المحرر، ظهرت الحاجة إلى شكل صحفي يتاح فيه للمحرر الصحفي أن يفسر الحدث ويقدم الخلفيات والتفاصيل ويعلق عليه أى يبين رأيه فيه، وهذا يحقق الامانة الصحفية وأهم مبادئها وهو الموضوعية.

ويعتمد تحرير مقال التعليق بشكل أساسى على اختيار خبر على درجة كبيرة من الأهمية وساخن للغاية وما يزال فى قمة سخونته، على أن يدرك المحرر المسئول أن هذا الخبر – المهم – تكتنفه ظلالا من الشك فى بعض جوانبه أو فيه كله، وان احداثه متشابكة ومتلاحمة بحيث يصعب متابعتها، وان له مقدماته وجذوره التى أدت إلى صورته الحالية الساخنة، وأن هناك معلومات أساسية وهامة تزيده وضوحا واكتمالا ولكن المساحة المتاحة خلال هذه الطبعة أو طبعات أخرى لم يكن من الممكن اضافتها إليه.

وتأسيساً على ما سبق نجد أن هذا الخبر يتطلب رأياً لمحرر أو وجهة نظر لكاتب متخصص تفسره وتبرز جوانب الايجابية والسلبية، من خلال تعليق عليه يبرز أهميته من زوايا جديدة تستقطب مزيد من القراء له، مع استكمال أبرز المعلومات المتصلة به دون إسراف فى ذلك أو إسهاب، والكشف عما يمكن أن يكون مستترا وراء الخبر من أهداف أو اتجاهات مغرضة خاصة إذا كان الخبر قادما من مصدر صحفى معاد، أو أن له مواقف سابقة تؤخذ عليه.

إذن فهدف مقال التعليق – الذى لابد وان يكتبه محرر خبير ومتخصص – هو إبداء الرأى فى وقائع الخبر وتفصيلاته ونتائجه واحتمالاته وتطوراته الحالية

والمستقبلية والحذر فى ذلك واتخاذ جوانب الحيطة بقدر الإمكان خاصة بالنسبة للأحداث المهمة أو الاستشهاد بكلمات كبار المسئولين أو تصريحاتهم أو تعليقاتهم.

4- المقال التحليلى Analytical Article:

وهو ابرز فنون المقال الصحفى وأكثرها تأثيراً على الرأى العام، ويعتمد على اختيار حدث أو قضية أو فكرة أو ظاهرة أو رأى ثم معالجتها صحفيا بالتحـليل، والتفسير، والتعليق، والتوقع وأحيانا وتقديم رؤية أو حل أو توصيات.

أى أن عناصره الرئيسية هى:

1- تحليل الفكرة أو القضية أو الحدث موضوع المقال، التى عادة ما تكون جامعة بين الأهمية والسخونة، بمعنى تقسيمها وتصنيفها إلى مجموعة متغيرات أو عناصر أكثر بساطة بهدف سهولة إدراك عناصرها، ووضوح أفكارها.

وكذلك تتضمن عملية التحليل النظر إلى البيانات والمعلومات التى جمعها المحرر الصحفى فى ضوء تساؤلات يطرحها أو فروضا يحاول إثبات صحتها، ثم يحاول استخلاص نتائج منها.

2- تفسير الظواهر أو الأحداث أو التداعيات المرتبطة بموضوع المقال بمعنى الوصف والتحليل، أى إيجاد العلاقة والارتباط بين الظواهر والأحداث المختلفة، بين السبب، أو لماذا وكيف تقع الأحداث.

أو بلغة أخرى يتضمن التفسير البحث عن المعنى الأشمل والأوسع للأحداث فى ضوء متغيرات البيئة التى تدور فيها.

3- التعليق أو ابداء الرأى فى هذه الظواهر والأحداث والقضايا، أى الحكم عليها سلبا أو إيجابا، أو بمدى قدرتها على التأثير على غيرها.

4-التوقع أو التوصية: بمعنى استشراف المستقبل أو تخيل سيناريو قادم فالمقال التحليلى هو دراسة علمية لظاهرة أو قضية صيغت بشكل صحفى لذلك نجده يعتمد

على توافر كم وافر من المعلومات والبيانات الدقيقة الموثقة المجموعة من مصادر حيه وغير حيه، إلى جانب الاستعانة بالصور والرسوم اليدوية بكل أنواعها (التوضيحية والتعبيرية والساخرة)، ثم يقوم محرر المقال (أو كاتبه) هنا بعملية معالجة للمعلومات تتضمن تقويمها، ثم تفسير جوانبها، وارتباطاتها وبيان أسبابها ومسبباتها ونتائجها، ثم التعليق عليها وابداء الرأى فيها، ثم طرح رؤية مستقبلية أو التوصية بسيناريو بديل ثم بعد ذلك وضع هيكل تخطيطى لصياغة المقال، أى كتابته بدء من العنوان، فالمقدمة، فالهيكل، فالخاتمة.

5- مقال اليوميات (اليوميات الصحفية) Diary Article:

وهو من أشكال المقال الصحفى المنتشرة فى الصحافة الآن، والتى كانت عنصراً أساسياً فيها فى بداية هذا القرن، ويعتمد على وجود كتاب صحفيين وأدباء بارعين يتميزون بجودة الأسلوب وبثراء التجربة والخبرة الانسانية، وقد يطلق عليه مقال اليوميات أو اليوميات الصحفية ومن أبرزها فى تاريخ الصحافة المصرية يوميات كل من عباس محمود العقاد، وأحمد الصاوى محمد، وطه حسين، ومحمد زكى عبد القادر، ويوسف أدريس، ويوسف جوهر، ومحمود السعدنى.

وتعرف سلوى الخطيب مقال اليوميات بإنه أحد أشكال المقال الصحفى التى تنشر فى مكان ثابت وتحت عنوان ثابت، وفى موعد ثابت، ويتناول الكاتب خلالها عدة موضوعات، أو موضوع واحد يقدم فيه رأيه وخواطره وتجاربه ومشاهداته الخاصة على أن تكون مرتبطة بالقضايا العامة التى تهم أكبر عدد من القراء.

وتنبع أهمية مقال اليوميات من الوظائف التي يؤديها وأبرزها:

1- تفسير الأحداث الجارية وإبداء الرأى فى القضايا المهمة.

2- إعلام القارئ بما يقع حوله من أحداث محلية وعالمية حيث تقدم له المعلومات والحقائق التى تساعده فى اتخاذ موقف وتكوين رأى تجاه هذه الأحداث.

3- تقديم التجارب الناجحة للقارئ عن طريق الحوار أو الحديث الشخصى الذى يقدمه كاتب اليوميات متضمنا خبرته فى الحياة.

4- توجيه القراء إلى المساهمة فى العمليات المتعلقة بالتنمية الاجتماعية أو المشاركة فى نظام سياسى أو اجتماعى معين.

5- تكوين الرأى العام فى المجتمع والتأثير على اتجاهه بالسلب أو بالإيجاب.

6- شرح الأعمال الفنية والفكرية والثقافية وتقييمها.

7- التثقيف عن طريق نشر المعارف الإنسانية.

8- التسلية والإمتاع بنشر الآراء الساخرة والمعلومات الطريفة.

ويقسم الدكتور محمود أدهم مقال اليوميات إلى الأنواع التالية:

1- مقال الخواطر والتأملات.

2- المقال فى الاتجاه الدينى.

3- مقال الاعترافات.

4- المقال النقدى.

5- المقال الفكاهى.

6- المقال القصصى.

7- مقال الصورة القلمية.

8- مقال الرحلات.

9- مقال الغد، مقال المستقبل.

10- المقال التاريخى

11- المقال المختلط أو المتنوع.

ويتميز مقال اليوميات أو اليوميات الصحفية عن غيره من أشكال المقال الصحفى وباقى أشكال التحرير الصحفى بالخصائص التالية:

1- تعدد الموضوعات التى يتناولها كاتب اليوميات فى مقاله وتنوعها حيث يمكن لكاتب اليوميات أن يتناول قضايا سياسية واجتماعية وثقافية، كما قد يعرض لبعض المشكلات التى تمس حياة الناس، ويقدم رحلاته ومشاهداته وخواطره وتعليقاته على الأحداث الجارية، فاليوميات الصحفية لا تتقيد بالتخصص الموضوعى وإنما تمتاز بالمرونة فى اختيار الموضوعات وطرحها.

2- تعكس اليوميات شخصية الكاتب وخبرته واهتماماته الخاصة، ففى اليوميات نجد أنفسنا وجهاً لوجه مع الكاتب، ويجوز لنا أن نقبل الأنا، ونتعامل معها ونغفر للكاتب أن تكون الأنا واضحة فيما يكتب، ذلك أن من طبيعة هذا النوع أن يكون قريباً من الاعترافات الذاتية، فالخواطر أو اليوميات هى جنس الكتابة الصحفية، التى تقبل الكثير من مقومات الأدب ذاته.

3- تقدم اليوميات مذكرات وخواطر وتجارب وانطباعات الكاتب حيث يبدأ كاتب اليوميات فى تناول أمور الحياة من زاوية شخصية، فهو يصل إلى الحديث عن الاهتمامات العامة من خلال عرضه لذكرياته وتجاربه الخاصة، وهو يكتب خواطره وانطباعاته عن الأحداث اليومية، وكما تقول باترسون فى مقدمة كتابها عن (فن المقال الصحفى) إن قراءة المذكرات واليوميات محبوبة لأنها تدور حول قصص وأحداث تعتبر أقرب إلى الواقع منها إلى أى شىء آخر وقد يعترف الكاتب بأخطائه وبإخفاقه فى بعض مراحل حياته، ولكنه يعلل لهذا الإخفاق، وهنا يكون الضعف البشرى موضوعا للمعالجة الفنية، وقد تتعرض اليوميات أيضا لبعض فئات المجتمع ولحالات غريبة من حالاته، أو لبعض الأوضاع الشاذة ولا شك أن ذلك يعود بالفائدة على القارئ ويساعده هذا النوع من المقال فى طريقة تغلبه على الصعاب الماثلة التى قد تواجهه.

6- المقال العمودى (العمود الصحفى) Column Article:

وهو شكل من أشكال مادة الرأى فى الصحيفة، وأحد أنواع المقال الصحفى فيها، ويقوم بكتابته شخص واحد، أو عدة أشخاص، تحت عنوان ثابت، يحمل توقيعه، فى مكان ثابت، وبشكل دورى يومى أو أسبوعى، ويميل لعرض رأى، أو تجربة، أو خبرة صاحبه.

والعمود الصحفى، أو المقال العمودى فى معظم أشكاله عبارة عن حوار شخصى بين كاتب وقرائه، يعبر من خلاله عن مكنونات نفسه، وذاته، ويبدو صريحاً واقعياً، ذاتياً، يروى من خلاله ذكرياته وخبراته وتجاربه، ويعطى نصائحه، ولا يكتب العمود الصحفى إلا شخص ذو خبرة ومعرفة بفنون الصحافة، وتجربة فى الحياة، أو فى ميدان من ميـادين المعـرفـة الإنسانية.

ويغطى العمود الصحفى مدى متسعا من القضايا، من حيث المضمون فيتدرج من السياسة الدولية والمحلية، إلى الهوايات وتمضية أوقات الفراغ.

وهناك أنواع كثيرة للمقال العمودى أو العمود الصحفى، ولكننا نميل إلى التصنيف التالى الذى يمزج بين الشكل والوظيفة والمضمون، **حيث يقسم العمود الصحفى إلى:**

♦ عمود الشئون العامة Public Affairs:

وفيه يعلق كاتبه على الأحداث الجارية، ويظهر فيه الطابع الشخصى، وقد يتناول مضمون هذه الأحداث، شكل قصة أو خاطر أو حوار أو عرض لرسائل القراء.

ويتمتع كاتب العمود بقدر كبير من الحرية وقد يختلف مع وجهة نظر الصحيفة نفسها، ويتطلب ضرورة وجود صلة قوية بين الكاتب وقرائه ليعبر بصدق عما يهمهم.

ومن نماذج هذا النوع من الأعمدة فى صحفنا "من قريب" لسلامة أحمد سلامة "مجرد رأى" لصلاح منتصر، "خطوط فاصلة" لسمير رجب.

وبعض هذه الأعمدة قد يتنوع كتابها من يوم لآخر مثل "وجهة نظر" فى جريدة الأهرام "قضية ورأى" فى جريدة الأخبار، وذلك لاتاحة الفرصة لعدد أكبر من الصحفيين الشبان للتعبير عن وجهات نظرهم.

- **عمود الموضوعات الانسانية Human Interests:**

ونعنى بها جميع الموضوعات التى يخاطب بها الكاتب إحساس قارئه، ويؤثر فى مشاعرهم، ويتعامل مع قضايا الانسان فى كل زمان ومكان مثل السـلام، الحب، الحرب، ... الخ دون تحديد وقائع معينة أو زمان ومكان معينين.

ويمكن أن يندرج تحته عمود التأمل الذى يتأمل فيه الكاتب أمراً ما حدث أو تغييراً أو صورة من الحياة، كذلك يمكن اعتبار العمود الفلسفى الذى يسبر فيه الكاتب غور تعقيدات الحياة ويسبغ لمحة من الاصالة والابتكار، ويعرض الفلسفة – بطريقة مبتكرة – من هذا النوع.

ومن أبرز الأمثلة على ذلك عمود "صندوق الدنيا" لأحمد بهجت وعمود "مواقف" لأنيس منصور.

وإذا كان كاتب عمود الشئون العامة ينطلق من واقعة أو حدث معين ليعلق عليها سعياً وراء تطوير أو تغيير الواقع فكاتب العمود الانسانى ينظر للموضوع أو الحدث من زاوية إنسانية ويركز على المثاليات، ويبشر بمستقبل أفضل.

وكاتب العمود الانسانى يحاول أن يترجم إحساسه الفطرى إلى مشاعر عميقة، كما أنه متميز فى تأثره بالأحداث ويتسم ببعد النظر وسعة الأفق والقدرة على استشراف المستقبل.

ويمكن أن يندرج تحت هذا النوع أيضا عمود الثرثرة أو القيل والقال الذى يتحدث ويعلق على ما يتعلق بنجوم المجتمع وإخبارهم مخاطباً غريزة إنسانية هى حب الاستطلاع أو الفضول.

◆ العمود الساخر أو عمود الموضوعات الخفيفة والفكاهيةHumor :

ويستخدم هذا العمود مادة مبتكرة، فهو كاريكاتير مكتوب وليس مرسوما فمن بين مهامه تجسيم العيوب وإبراز السلبيات بهدف إصلاحها وقد يلجأ كاتبه من أجل تحقيق ذلك إلى المبالغة واستخدام الرمز والتجسيم.

وكاتب العمود الساخر لابد أن يتمتع بخفة الظل، وهي سمة فطرية ويمتلك روح النقد والرغبة في الاصلاح الاجتماعي فليس من مهامه المدح وإنما النقد وأحيانا يكون هذا النقد لاذعا دون أن يصل إلى البذاءة أو الخروج عن اللياقة ومن ابرز نماذج هذا النوع عمود "$^{1}/_{2}$ كلمة" لأحمد رجب.

ومن الأعمدة التي تدخل تحت هذا النوع العمود الذي يعتمد على تقديم الفكاهات أو الطرائف بهدف تسلية القارئ وإضافة معلومات جديدة إليه، ويحتاج هذا النوع إلى جهد من كاتبه في البحث عن مادته، كما يدخل تحت هذا أيضاً عمود الهوايات والاهتمامات الخاصة ويضم أعمال الهواة من الشعراء والكتاب الساخرين ومبتكري أساليب التسلية والترفيه.

◆ عمود رسائل القراء:

رغم أن كل كتاب الأعمدة بمختلف أنواعها يتلقون الكثير من رسائل القراء، إلا أنها قد تعتبر مصدراً لفكرة-موضوع-يتناوله كاتب عمود الشئون العامة مثلا وقد تمثل بعضها وسيلة لقياس رجع الصدى لبعض ما تناوله كاتب هذا العمود أو ذلك.

إلا أن كاتب عمود رسائل القراء هو كاتب يجعل من عموده منبراً لرسائل القراء بأشكال مختلفة فقد ينشر إحدى الرسائل كما هي بعد تلخيص فحواها وقد يقوم – إلى جانب ذلك – بالتعقيب على ما جاء بهذه الرسالة لتحقيق المشاركة بين القارئ والكاتب.

وفي أحيان أخرى قد يستعين الكاتب بآراء المسئولين ويحاول إيجاد حلول لما طرحه القراء من مشكلات في رسائلهم.

وقد يعيد الكاتب صياغة عدة رسائل لعدة قراء تتناول نفس الموضوع بأسلوبه الخاص ويعلق عليها ويدير حولها نقاشا.

وهذا النوع من الأعمدة يمثل شكلاً من أشكال التجاوب والتفاعل والمشاركة الفعلية بين كاتب المقال وقرائه ومن أبرز نماذج هذا النوع عمود "ما قل ودل" للمرحوم أحمد الصاوى محمد وبعضها يدخل فى اطار عمود رسائل القراء العاطفية والانسانية مثل بريد الجمعة فى جريدة الأهرام للراحل عبد الوهاب مطاوع، "أسألونى" لامينة السعيد، ولابد هنا من مراعاة أخلاقيات المجتمع وقيمه وتقاليده.

♦ العمود الحوارى:

ويعتمد على فكرة الجدال والنقاش بين رأيين مختلفين بحكم الانتماء إلى جيلين (أستاذ وتلميذه – أم وبنتها – شاب وعجوز...) حيث يعرض كل منهما فى شكل ديالوج وليس مونولوجا وجهة نظره فى القضية أو الموضوع نفسه مبررا هذه الرؤية من واقع خبرته وتجربته وسمات شخصيته وظروف جيله.

ومن أشهر نماذجه "نحو النور" للمرحوم محمد زكى عبد القادر وهو عبارة عن حوار بين الأستاذ والتلميذ، وكان زكى عبد القادر يعتمد فى صياغة هذه الحوارات على ما يدور فى منتداه الأسبوعى بمكتبه بين أجيال متعددة.

كذلك "على مقهى فى الشارع السياسى" للمرحوم إحسان عبد القدوس بين الشاب والعجوز، وما كان يكتبه إحسان أيضاً فى مجلة حواء من حوار بين البنت وأمها.

♦ العمود المتخصص:

وهو قد يكون متخصصا فى مضمون معين سياسى أو اقتصادى أو فنى أو أدبى وينشر عادة فى الصفحات أو الأجزاء المتخصصة فى الصحيفة.

♦ عمود اليوميات:

حيث يعتبر البعض مقال اليوميات أحد أنواع الأعمدة التى تجمع بين بعض خصائص العمود من حيث أنها تشغل موقعا ثابتا على صفحات الصحيفة وعنوانا ثابتا مثل يوميات الأخبار فى الصفحة الأخيرة، وتأخذ بعض خصائص المقال التحليلى.

وتسمى باليوميات لان شكلها التقليدى ارتبط بأسلوب المفكرة وان كانت قد تطورت وأصبحت تضم عدة فقرات معنونة دون الارتباط باليوم، وتعرض لقضية أو قصة أو خبرة من رحلة أو خواطر أو انطباعات إلى غير ذلك.

وان كنا نفضل اعتبار اليوميات شكلاً منفصلاً من أشكال مواد الرأى.

ويحرر العمود الصحفى فى الجريدة عادة كتاب لهم وزنهم الصحفى وخبراتهم وتجاربهم الصحفية أو الأدبية، وقد يكونوا من بين أعضاء الجهاز التحريرى، كما قد تستعين صحف عديدة بكتاب أعمدة من الخارج وتضمهم إلى جهازها التحريرى، أو تستكتبهم من الخارج فى عديد من الاهتمامات، وقد ينشر عمود صحفى لكاتب ما - مثل عمود فكرة للراحل مصطفى أمين - فى أكثر من جريدة ومجلة فى الوقت نفسه، عن طريق شرائه من وكالات للأعمدة (مثلما الحال فى الولايات المتحدة الأمريكية) التى تتخصص فى تسويق الأعمدة الصحفية لكبار الكتاب.

ولكاتب العمود الصحفى حرية اختيار موضوعه وزاوية وأسلوب المعالجة، كما أن المجال متسع أمامه لمعالجة المادة بأسلوبه الخاص وبلمسة درامية خفيفة، ساخرة، نقدية، فكاهية، كاشفة، لماحة، أو رزينة، وقورة.

◆ مقال العرض (المتابعة) Review Article:

وهو مجرد تقرير وصفى أو أخبارى عن عمل فنى أو أدبى، يقدم عرضاً للعمل بمعنى عرض لقصة الفيلم ومغزاه وممثليه فى إطار يعطى خلفية عنه وعن مخرجه ومؤلفه والفريق الفنى العامل فيه بدون التدخل لتقويم الفيلم السينمائى أو الحكم عليه، أو عرض كتاب جديد بمعنى تقديم ملامح الكتاب من حيث المضمـــون، الشكل أو الأسلوب، مع ملخصات لفصوله، وتعريفه بكاتبه.

وعادة ما يعد هذا النوع من المقالات محرر أو كاتب متخصص فى الشئون الأدبية أو الفنية، وقد يقوم بذلك محرر عام إلى جانب عمله (خاصة فى الجرائد).

وتزداد أهمية هذا النوع من المقالات فى المجلات الأدبية والفنية والثقافية التى تعالج شئون الكتاب، الأدب، السينما، المسرح، الموسيقى، الفن التشكيلى، الباليه، حيث يشكل جانب أساسيا من مضمون المجلة سواء كانت عامة، أو متخصصة وكذلك فى الصفحات المتخصصة والملاحق فى الجرائد العامة.

◆ مقال النقد Critique Article:

وهو بعكس سابقه يتضمن تقييما للعمل الثقافى أو الفنى أو الأدبى Evaluation أو نقدا له، وبيان مدى اتفاقه أو اختلافه عن أسس الإبداع الأدبى الذى يمثله وموقعه وسط حركة الإبداع الثقافى أو الفنى.

ويؤدى المقال النقدى المهام التالية:

1- وصف الجوانب المختلفة فى العمل الفنى أو الأدبى مضموناً وشكلاً.

2- تقييم رؤية المبدع من حيث المضمون والشكل وفقا للأسس الفنية والأدبية المتعارف عليها.

3- أبراز نواحى التميز والأصالة فى أداء العمل الإبداعى، أو نواحى التكرار والتقليد فيه.

4- مقارنة رؤية المبدع وأدواته، بالآخرين فى عصره، وكذلك برؤية المبدع وأدواته فى أعماله الأخرى، والمدرسة الفنية والأدبية التى ينتمى إليها.

5- تقديم ثقافة فنية وأدبية راقية للجمهور القارئ تتضمن تعريفا للأعمال الأدبية والفنية، من حيث الرؤى والأدوات، والتيارات الفنية والأدبية، بهدف تكوين حس فنى وأدبى لدى القارئ، ويساعده على التذوق بشكل إيجابي، مما يساعد فى تنمية ثقافة المجتمع، وتطويرها على المدى الطويل.

وقد يقوم بتحرير المقال النقدى فى الجرائد والمجلات بشكل أساسى محرر صحفى متخصص فى النقد الأدبى أو الفنى كعمل إبداعى: شئون السينما، شئون

المسرح، شئون الكتاب، شئون الأدب، شئون الإذاعة والتليفزيون، ويقوم بعملية تحرير المقالات النقدية إلى جانب تغطية الشئون الأدبية والفنية أو أحداهما، وأيضا بإجراء الأحاديث الصحفية وإعداد التحقيقات والتقارير.

وإلى جانبه قد تستعين الصحيفة بمبدع محترف: شاعراً أو موسيقياً أو رساماً أو مخرجاً سينمائياً ممارساً للعملية الابداعية وذلك لكتابة النقد الأدبى أو الفنى، وقد تستعين بناقد محترف مهمته الأولى والأخيرة هى النقد الأدبى أو الفنى ولكل من أنماط النقاد الثلاثة سماته السلبية والايجابية.

فالمحرر الصحفى على الرغم من أنه قد ينقصه خبرة الفنان، إلا أن لديه ثقافة فنية – أو هكذا يجب – وخلفية فى موضوع مقاله النقدى – السينما مثلاً – وفى الوقت نفسه لديه القدرة على الكتابة بأسلوب صحفى يقبله المتخصصون فى السينما، ويفهمه القراء العاديون، فهو ناقد أولاً، وفنان ثانياً، ومع ذلك قد يشكو منه المتخصصون بحجة عدم احاطته بكل شيء فى عمله النقدى.

والمبدع المحترف مثل المخرج السينمائى، أو الرسام هو شخص يتميز بمعرفته الشاملة نتيجة الممارسة لكل جوانب العملية الابداعية، ولكنه قد ينقصه الكتابة بشكل مبسط يفهمه القارئ العادى، ولانه فنان أو أديب أولاً، وناقد ثانياً يرحب به ويثنى عليه الفنانون المحترفون والأدباء، ولكن القارىء العادى قد يشكو من انه لا يفهم اللغة التى يكتب بها.

وتتعقد المسألة أكثر عندما تستعين الصحف العامة من جرائد ومجلات بناقد محترف مهنته الأولى هى النقد الأدبى أو الفنى، حيث نجد هذا النوع من النقاد يميل إلى الكتابة بلغة شديدة التخصص والتعقيد بالنسبة للقارئ العادى، لذلك نجد الجرائد العامة والمجلات تفضل المحرر المتخصص، والمبدع المحترف، بينما تلجأ المجلات المتخصصة (العامة)، وشديدة التخصص فى الفنون والأدب إلى الاستعانة بهؤلاء النقاد المحترفين إلى جانب المحررين المتخصصين والمبدعين.

ومحرر المقال النقدى. سواء أكان محرراً متخصصاً أو مبدعاً محترفاً أو ناقدا متخصصاً، لابد أن يكون نقده مبنياً على فهم كامل للعملية الابداعية الفنية أو الأدبية، بكل مكوناتها وأسسها، وتياراتها القديمة والمعاصرة، إلى جانب استيعابه لأسس النقد ومدارسه وتياراته، ولابد أن يسير فى نقده الفنى أو الأدبى على هدى من نظرية أو أسلوب نقدى: وقد تكون النظرية الإنطباعية Impressionistic فى النقد، وقد تكون النظرية الاتباعية Aulthoritative. والنظرية الانطباعية فى النقد تستلهم مقولة الأديب الفرنسى الشهير أناتول فرانس التى قال فيها أن النقد هو مغامرة الروح العظيمة بين الروائع، أى أن النقد هو عبارة عن ردود فعل العمل الفنى أو الأدبى موضوع النقد فى الإنسان الناقد، أو ما يفجره من رؤى وأحاسيس إنسانية.

أما النظرية الاتباعية فهى تناقش العمل الفنى أو الأدبى، على أساس مدى التزامه أو عدم التزامه بالقيم والقواعد الكلاسيكية للشكل الفنى أو الأدبى، التى وصفها النقاد، وذلك بعد دراستهم لأعمال الرواد والمذاهب الفنية والأدبية، المختلفة، أى أن نجاح العمل الفنى هنا، يكون بمقدار إتباعه لقواعد الفن وأصوله التى اتفق عليها النقاد.

ويؤكد ستيفنسون سميث فى كتابه "حرفة الناقد" أن العملية النقدية الكاملة قد تشمل كل من الانطباعات والميول الذاتية للناقد، والخضوع لسلطان الماضى أو اتباع أهل الثقة من نقاد الفن الأوائل وكبار منظريه مثل أرسطو فى فن المسرح- كقاعدة للحكم، والناقد الذى يستلهم أسلوباً واحداً فى النقد يقف قليلا عند مرحلة من مراحل العملية النقدية، ويركز قليلاً على جانب غير متوقع فيها.

مازال هناك فى الابداع الفنى والأدبى جدلاً كبيراً حول وظيفة الفن والأدب فى المجتمع، هل هى تحقيق المتعة الفكرية أو الفنية؟ أو ما يطلق عليه "نظرية الفن للفن"، ام مناقشة قضايا المجتمع والتفاعل معها وإبداء وجهة نظر فيها وهو ما يطلق عليه "نظرية الفن للمجتمع" وهى الرؤية التى تم الالتزام بها لفترة طويلة فى العالم الثالث، وفى بعض دول العالم متأثرة بالفكر الاشتراكى.

وهذا يقودنا إلى القول بإن الرؤية الفكرية والنظرية للناقد تنطلق من ثقافته وتعليمه وخبراته وممارساته ورؤيته الايديولوجية وانحيازه لفكر سياسى أو اقتصادى معين، وكذلك انحيازه لمدرسة أو مذهب إبداعى معين: كالرمزية، الواقعية، الانطباعية، التأثيرية، السريالية وغيرها من المذاهب الأدبية والفنية التى تؤثر على العملية الإبداعية عند المبدع، والنقدية عند محرر المقال النقدى.

والعملية النقدية أيا كانت النظرية أو الأسلوب الذى تتبعه، تمر بعدة مراحل اتفق البعض على تقسيمها إلى ست هى:

- مرحلة الحصول على الأفكار أو الانطباعات عن العمل الفنى أو الأدبى Impressions.
- مرحلة التحليل Analysis للعمل الابداعى ذاته.
- مرحلة التفسير Interpretation.
- مرحلة التوجه إلى القواعد والأصول Orientation.
- مرحلة تقييم العمل الابداعى Evaluation فى ضوء ما سبق.
- مرحلة التقييم أو اصدار الحكم النهائى على العمل Generalization.

خطوات تحرير المقال الصحفى:

1. اختيار فكرة أو موضوع وتقييمها ومناقشتها فى ضوء كل من السياسة التحريرية، إهتمامات الجمهور، التوقيت، وفرة المعلومات، طبيعة الموضوع.
2. تحديد نوع المقال.
3. جمع المعلومات والخلفيات اللازمة من المصادر البشرية من خلال الاتصال بالمصادر المختلفة، ومن المصادر غير البشرية وأهمها قسم المعلومات الصحفية

(المكتبة، الأرشيف) أو بنوك المعلومات الداخلية والخارجية والانترنت وغيره من شبكات المعلومات العالمية، وكذلك مكتبة المحرر الصحفى أو الكاتب الخاصة.

4. وضع خطة لكتابة المقال.

5. اختيار الاستمالات الاقناعية: (المنطقية / العاطفية).

6. اختيار قالب المقال وكتابته بأجزائه المتعددة وهى:

أ – العنوان.

ب– المقدمة.

جـ– الجسم.

د– الخاتمة.

7. اختيار الصور والرسوم الملائمة وكتابة الكلام أو الشرح أو التعليق المصاحب لها.

8. مراجعة المقال وذلك **من حيث النواحى التالية:**

أ – الحقائق والمعلومات المتوفرة ومدى دقتها.

ب– منطقية النص.

جـ– مدى اتساق أفكار النص.

د– الاسناد الصحيح للمعلومات.

هـ– الصحة النحوية.

و– الصحة الأسلوبية الصحفية.

ز– مدى مراعاة أخلاقيات الصحافة.

ح– مدى الاتساق مع السياسة التحريرية.

ط- مدى مراعاة قوانين النشر.

ى- الصحة الأسلوبية العامة.

- **الكاريكاتير:**

الكاريكاتير أو الرسوم الساخرة شكل صحفى فعال يستخدم فى كثير من الصحف اليومية والأسبوعية، إذ تثير من هذه الرسومات الساخرة موضوعات يدور حولها جدل ومناقشة واسعة، وذلك بتصوير الأشخاص بشكل فكاهى يجسد ملامحهم الواضحة ويبالغ فى ابراز ما يتميزون به من سمات، ويتكون من الرسم وما يصاحبه من كلام (نكته) كاملة، وكاريكاتير الرأى Editorial Cartoon لا يصور الأشخاص لذواتهم وإنما للتعبير عن الحوادث والأفكار والمواقف وكثيرا ما يعتمد على الرسوم والشخصيات الرمزية.

ويعرفه الدكتور عمرو عبد السميع بانه عملية اتصالية متكاملة لها هدف محدد هو إحداث التأثير فى المتلقى فى خمسة جوانب هى:

1- تثبيت بعض الصور الكامنة لدى المتلقى أو العكس.

2- تعديل الاتجاه السلوكى لدى المتلقى.

3- إثارة المتلقى وتهييجه.

4- التنفيس بحيث لا يتكون لدى المتلقى تراكم فى تراث الرفض لظاهرة سياسية أو مجتمعية معينة.

5- أثارة الرغبة فى الضحك أو السخرية.

ويحدد عدد من كبار رسامى الكاريكاتير وظائفه كأحد الأشكال الصحفية التى تعرض مادة الرأى فى الصحيفة فى الجوانب التالية:

1- أن يقدم خدمة من خلال النقد بالإشارة إلى الأشياء التى يمكن أن تؤدى بشكل أفضل أو بشكل مختلف.

2- أن يسخر من الجمهور (أو يخرج لسانه للناس على حد تعبير البعض) ويجعلهم يفكرون ويضحكون.

3- تصوير الواقع، التعبير عن همومه والدعوة إلى التعبير.

أما رسام الكاريكاتير فمهمته متعددة الجوانب وهي:

1- ان يجعل المواطنين يفكرون، لا أن يغير أفكارهم، وإذا نجح بعد ذلك فى تغيير هذه الأفكار فهذا أمر طيب نظراً لصعوبة تغيير أفكار الناس.

2- ان يدير حواراً بين الناس، لان هذا عمله الأساسى ووظيفته الأولى.

3- ان يبسط أى قضية إلى الحد الذى يصبح فيه أسلوب الرسالة مفهوماً، بهدف الحصول على موافقة أو رفض الجمهور، بشكل يكفى لمناقشتها ثانيا .

ويقدر نجاح رسام الكاريكاتير شأنه شأن كاتب الرأى بمدى قدرته على جعل الناس يفكرون فى قضايا مهمة.

ومن الناحية الفنية الصحفية يمكن القول أن الكاريكاتير هو رسم ساخر ناقد يغالى فى ابراز العيوب، وهو مرادف للكارتون Cartoon بمعناه المعاصر، ومختلف عنه فى المنشأة، ويقوم على أبراز الخصائص الملامحية وتشويهها، أو كوميديا الموقف، أو اللفظ ويشمل ضمن وسائل تعبيره شرائط الشرائح الفكاهية أو الرسوم الهزلية Comic strips، والنحت الساخر، وأصل كلمة Caricature يعود إلى الكلمة الايطالية كاركاتورا بمعنى تحميل الشيء أكثر من طاقته.

ويرتبط الكاريكاتير بظاهرتى الضحك والفكاهة على المستوى الفلسفي والنفسي، ويرتبط شعورياً بالإدراك والنزوع الوجداني، وهو تعبير عن الألم الانسانى، يقوم على الانتقاص من الآخر أو مواساته، ويحدد أهدافه التى سخر منها، وان لم توجد فإنه مجال يسخر فيه الإنسان من بنى جنسه ومن عجزه.

وقد ارتبط ظهور الكاريكاتير وتطوره بالتقدم الفنى للطباعة التى مكنت من الإكثار منه الأمر الذى حوله من مجرد صور هزلية، إلى رسم من عدة نسخ، يصل إلى عموم الناس، كما يرتبط بالتطور فى حركة الفنون التشكيلية التى تؤثر عليه

شكلاً ومضموناً، والكاريكاتير فى جوهره هو عملية اتصالية تستهدف مردوداً وترتبط محددات فنية وسياسية ومجتمعية.

ويقسم الدكتور عمرو عبد السميع الكاريكاتير إلى نوعين هما:

1- **الكاريكاتير السياسي:** وهو ما يتعرض فيه الرسام بالسخرية أو بالرغبة فى الانتقاص من عوامل القهر المادى سياسية كانت أو اجتماعية أو دينية... الخ.

2- **الكاريكاتير الانسانى:** وهو ما ينزع فيه الرسام، فى حالة عجزه عن مواجهة عوامل القهر المادى إلى السخرية من بنى جنسه، فى شتى مجالات النشاط الانسانى الصرفة من رياضة وفنون وغيرها أو إلى السخرية من نفسه أو من عبثية الحياة.

وفى بعض الصحف المصرية يكون رسام الكاريكاتير هو نفسه صاحب فكرة رسوماته مثل عبد السميع وصلاح جاهين وحجازى والبهجورى وغيرهم، وان كان رسام الكاريكاتير فى بعض الصحف الأخرى ليس هو صاحب أفكار كاريكاتيره بل يكون هناك محرر مختص لوضع هذه الأفكار على أن ينفذها الرسام مثلما كان يحدث مع الفنان رخا بصحيفة أخبار اليوم إذ كان صاحب أفكار رسوماته مصطفى أمين، كما ينفذ مصطفى حسين ينفذ رسوم الكاريكاتير من أفكار أحمد رجب إلى أن اختلفا معا فأصبح مصطفى حسين يعتمد على أفكاره..

ويستخدم رسامو الكاريكاتير وسائل مختلفة للاقناع بفكرتهم مثل المبالغة والسخرية والترادف بالالفاظ والتلاعب بها والرمز وربط بعض المواقف والأفكار ببعض الأمثال الشعبية والحكم والعادات والتقاليد والقيم الدينية وابتكار شخصيات ترمز لنماذج بشرية معينة مثل المصرى أفندى لرخا، عبد العاطى البيروقراطى، درش لصلاح جاهين، عبده مشتاق وقاسم السماوى لمصطفى حسين.

ومن كل ما سبق يتضح أن الكاريكاتير عملية اتصالية تستهدف مردودا محدداً، يتمثل فى رجع الصدى الذى قد يؤدى إلى التصاق الرمز بالمقصود، أو الترديد الجماعى للنكته (الكاريكاتير)، أو فتح الباب للترديد على رموز الكاريكاتير لوسائل

أخرى أو تعديل السلوك لدى المتلقى، كما أن هناك علاقة جدلية قائمة على التأثير والتأثر بين كل المحددات التى يعمل كل عنصر من عناصر الرسالة الاتصــالية فى إطارها، وبين ضوابطها السياسية والمجتمعية.

ويشكل الكاريكاتير مكونا مهما من مكونات مادة الرأى وصفحة الرأى بصفة خاصة، بما يملكه من قدرة على إعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للأخبار والموضوعات التى تصاحبها أو تعبر عنها.

لذلك تحرص معظم الجرائد على أن يكون لديها رسام الكاريكاتير الخاص بها وأن يكون هذا الرسام من الذين يستطيعون استيعاب القضايا والشئون اليومية كمضمون أو كمادة تصلح للمعالجة فى شكل كاريكاتير، أما معظم الجرائد متوسطة الحجم فتعتمد على الوكالات التى توزع رسوماً كاريكاتيرية تعالج فى الأساس قضايا أو اهتمامات عامة أو قومية.

◆ رسائل القراء Letters to The Editor:

وقد تسمى صوت الجمهور Voice of the people أو المنبر The forum أو بريد القراء Letter Writers وهى عبارة عن الرسائل التى يبعث بها القراء الصحيفة.

وهى الرسائل التى تتلقاها الجريدة يوميا من قرائها بالبريد أو باليد أو من خلال الفاكسميل أو على E. Mail وتتضمن تعليقات، أو شكاوى عامة أو خاصة، أو مشكلات، أو أخبار جديدة أو آراء. تتناول موضوعاً معيناً بالتعليق أو المناقشة أو النقد أو الإضافة أو التأييد أو المعارضة.

وقد تكون هناك بعض الرسائل التى تستفهم عن معلومات معينة، وفى هذه الحالة تنشر الرسالة ومعها رد من المحرر أو من بعض المتخصصين يجيبون على استفهامات القراء حول هذه المعلومات.

وبعض الرسائل تعكس اتجاه الرأى العام، وبعضها قد يوجه انتقادات لتغطية الصحيفة أو معالجتها لموضوع أو يصحح معلومة أو واقعة وردت بها وبعضها الآخر

يعكس اتجاهات الرأى العام وما يهم القراء وما لا يهمهم وفى بعض الأحيان تعد الصحيفة تقريرا يوميا يوزع على رؤساء الأقسام وأعضاء مجلس التحرير للاستعانة بما يرد فيه فى التخطيط اليومى وتوجيه العاملين فى الأقسام الصحفية المختلفة.

وتنشر هذه الرسائل فى ركن ثابت يحتل مساحة داخل صفحة الرأى وأحياناً خارجها، وتؤدى هذه الرسائل وظيفة مهمة من وظائف الجريدة كإحدى وسائل الاتصال فى المجتمع وهى أن تكون منبراً للتعبير عن رأى الجمهور أيضا ، كما أنها تزود الجريدة أيضا بفرصة ذهبية لكى تستطلع وتستكشف اتجاهات القراء وآرائهم فيما ينشر فيها وفى الأداء العام للجريدة، إلى جانب القضايا العامة والخاصة التى تثيرها الجريدة على صفحاتها.

ومن خلال هذه الرسائل – التى ينشر بعضها– تتاح للقراء الفرصة للرد على المقالات الافتتاحية أو التعليق على المواد الإخبارية أو الاستقصائية، وقد تحمل الرسالة تعليقا ، أو رأياً شخصياً، أو إثارة لقضية عامة، أو حتى مشكلة شخصية.

وبسبب محدودية المساحة المخصصة لرسائل القراء – بالمقارنة بالكم الهائل من الرسائل الذى يرد إلى الجريدة يومياً – يلجأ المحرر المسئول عن رسائل القراء، وهو عادة ما يكون أحد محررى صفحة الرأى، إلى قراءة هذه الرسائل وفحصها وفرزها وتصنيفها ونشر ما يستحق منها بعد تلخيصه أو اختصاره أو نشره كاملاً بتوقيع صاحبه، ونشر الرسالة يخضع لعدة معايير من بينها: موضوعها أو مصدرها، وترفض الجرائد نشر الرسائل المجهلة (التى لا تحمل توقيعا)، ولكنها – وبناء على طلب صاحب الرسالة – قد تنشرها بدون توقيع كما تراعى الجرائد أيضاً ألا تنشر رسائل قد تعرضها لأى مساءلة قانونية فقد تحوى سبا أو قذفا أو إهانة لأشخاص.

وبعض الجرائد تقوم بعملية تحليل يومى لمضمون رسائل القراء واتجاهاتها، ويشمل ذلك تلك الرسائل التى ترد إلى الجريدة بأقسامها المختلفة وكتابها ومحرريها وتحصل من خلال ذلك على تقرير يومى عن القارئية وعن أفكار جديدة لموضوعاتها تنفذ بعضها خلال أعدادها التالية.

خلاصة الوحدة السادسة

تناولت هذه الوحدة مفهوم صفحة الرأى Editorial Page وخصائصها وما يميزها من سمات.

كما عرضت للمقال كأحد أشكال مواد الرأى المختلفة ومناقشة تعريفاته المتعددة وتأثير التطورات الراهنة فى الصحافة على مفهوم المقال الصحفى ووظائفه وناقشت الوحدة بالتفصيل أنواع المقال الصحفى، وهى المقال الافتتاحى Editorial Article؛ مفهومه وأنواعه، والمقال القائد الموقع Leading Article؛ مفهومه ووظائفه، مقال التعليق الصحفى Commentary Article، المقال التحليلى Analytical Article وعناصره، مقال اليوميات Diary Article، وأهميته وأنواعه وخصائصه، المقال العمودى Column Article، مفهومه وأنواعه (عمود الشئون العامة، عمود الموضوعات الانسانية) العمود الساخر، عمود رسائل القراء، العمود الحوارى، العمود المتخصص، عمود اليوميات، كما تناولت مقال العرض Review Article ومقال النقد Critique Article ومهامه، ومحرر المقال النقدى (محرر صحفى متخصص – مبدع محترف، ناقد محترف) ومراحل تحرير المقال النقدى.

وختمت الوحدة بعرض خطوات تحرير المقال الصحفى وتناولت أيضا الكاريكاتير كأحد أشكال مواد الرأى، وأخيراً رسائل القراء Letters-to-the Editor.

أسئلة الوحدة السادسة

1- قارن بين المفاهيم التالية:

- مقال العرض ومقال النقد.
- عمود الشئون العامة وعمود الموضوعات الانسانية.
- رسائل القراء كأحد أشكال مواد الرأى وعمود رسائل القراء.
- المقال الافتتاحى والمقال القائد.

2- اختر الاجابة الأدق مبررا ذلك:

- المقال الافتتاحى:
  - مقال تنشره الصحيفة فى الصفحة الأولى أو صفحة داخلية ينطق بلسانها.
  - مقال ثابت ينشر حسب دورية صدور الصحيفة يعبر عن سياسة الصحيفة ووجهة نظرها إزاء الأحداث.
  - مقال له عنوان ثابت ينشر بشكل ثابت أو غير ثابت يعطى فرصة للصحيفة لتعرض وجهة نظر ثانية ويكتبه عادة كبار الكتاب.
- عمود الموضوعات الانسانية:
  - ينطلق من واقعة أو حدث جار معين.
  - ينظر للحدث الجارى بتأمل وبعد نظر.
  - يعلق على الحدث الجارى بهدف تطوير الواقع من زاوية انسانية.
- المقال النقدى:
  - يعرض لعمل فنى أو أدبى ويقيم رؤية المبدع.

- يصف الجوانب المختلفة لعمل فنى أو أدبى بشكل تقريرى.
- يصف العمل الفنى أو الأدبى وبيان مدى اتفاقه أو اختلافه عن أسس الإبداع الأدبى.

- الكاريكاتير:
  - هدفه تصوير الأشخاص بشكل فكاهى.
  - هدفه التعبير عن الحوادث والأفكار والمواقف بشكل فكاهى.
  - يصور الأشخاص والحوادث والمواقف بشكل فكاهى وساخر بهدف الاصلاح.

3- أكمل:

- من خصائص صفحة الرأى:
  - ....
  - ....
  - ....

- أنواع المقال الافتتاحى:
  - ....
  - ....
  - ....

- من عناصر المقال التحليلى:
  - ....
  - ....
  - ....

- من أنواع مقال اليوميات:

- ....
- ....
- ....

- من مهام المقال النقدى:

- ....
- ....
- ....

- وظائف الكاريكاتير:

- ....
- ....
- ....

- رسائل القراء قد تكون:

- ....
- ....
- ....

5- من خلال متابعتك للحياة الفنية اختر أحد الأعمال السينمائية أو المسرحية المعروضة حاليا واكتب مقالاً نقدياً حولها.

أنشطـــة يقــوم بهـا الــدارس

1- اختر إحدى الصحف اليومية وقم بالتحليل العلمى لأشكال مواد الرأى بها (المقال الافتتاحى، الأعمدة الصحفية، المقالات التحليلية، المقالات النقدية، الكاريكاتير، رسائل القراء).

2- خطط لتطوير صفحة رأى بإحدى الصحف التى تتابعها باستمرار محددا أهدافها، الأشكال الصحفية التى تقترح استخدامها، الكتاب والجهاز التحريرى.

مراجع الوحدة السادسة

(1) ابراهيم إمام: دراسات فى الفن الصحفى الانجلو، 1972، ص ص171-218.

(2) اجلال خليفة: اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى، دار الهنا 1972، جـ1، ص ص101-134.

(3) اجـلال خليفة: اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى، مكتبة الانجلو 1973، جـ2، ص ص141-177.

(4) توماس بيرى (ترجمة مراون الجابرى): الصحافة اليوم - تطورها وتطبيقاتها العملية. مؤسسة أ. بدران وشركاه، بيروت، لبنان 1964، ص ص295.

(5) عبد اللطيف حمزة: المدخل فى فن التحرير الصحفى، دار الفكر العربى، القاهرة، ط3، 1965، ص ص171-197.

(6) عبد العزيز الغنام: مدخل فى علم الصحافة، جـ1 (الصحافة اليومية) مكتبة الانجلو، القاهرة، ط2، 1977، ص ص142-247.

(7) جلال الدين الحمامصى: الصحيفة المثالية (القسم الثالث)، دار المعارف، القاهرة، 2791، ص ص139-267.

(8) هانى محمد على: العوامل المؤثرة على التحرير الصحفى فى المجلات الأسبوعية الاخبارية فى الولايات المتحدة الأمريكية ومصر، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997.

(9) ليلى عبد المجيد، صفحة الرأى فى جريدة الأهرام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1979.

(10) Hohenberg, John, The Professional Journalist Amerind, Publishing Co., P.V. T. Ltd, New York, 2 ed Edition. 1972, p. 472.

(11) Mott, George Fox, New Survey of Journalism , Barnes and Noble Inc., U.S.A., 4th edition, 1970, p. 267.

(12) Grump, Spencer, Fundamentals of Journalism, McGraw-Hill Book Co., U.S.A, 1974, p. 22.

(13) Hulteng, John L., The Fourth Estate, Happer and Row Publishers, New York, 1971, p. 146.

الوحدة السابعة

الاشكال الصحفية الأخرى

الوحدة السابعة

الأشكــال الصحفيــة الأخــرى

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يميز بين مجموعات الأشكال الصحفية التى تقدم مواد الخدمات، المتخصصة، التسلية، المادة الإعلانية.

2- يفهم الخصائص التى تميز كل شكل من هذه الأشكال الصحفية.

3- يقيي من ما تقدمه الجرائد من الأشكال الصحفية المختلفة في ضوء ما درسه من أسس علمية.

4- يحدد الشكل الصحفى المناسب لكل نوعية من المضمون فى الجريدة.

عناصر الوحدة:

1- الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالخدمات (كيف تصنعهـا، صنعوها وأنت تستطيع، قصة إخبارية مباشرة موضوع صحفي، قوائم).

2- الأشكال الصحفية المتخصصة المجمعة.

- الأقسام والملاحق المتخصصة الرياضية نموذجا.

3- الأشكال الصحفية الخاصة بالتسلية.

4- الأشكال الصحفية المصورة.

5- الأشكال التي تعرض المواد الإعلانية.

6- الأشكال الصحفية التي تعرض مواد أخرى.

7- خلاصة.

8- أسئلة.

9- أنشطة.

10- مراجع.

1- الأشكال الصحفيــة التى تعـرض المـواد الخاصـة بالخدمـات:

مع نمو صحافة الخدمات وبروزها كتيار أو اتجاه صحفى أو تصور أو رؤية توجه تحرك المندوب أو المحرر الصحفى من البداية، وليس مجرد تغطية خدمات ضمن بعض الأقسام التقليدية داخل الجريدة كأقسام المرأة، الطفل، الفن، الثقافة، برزت مجموعة من الأشكال الصحفية المستحدثة التى تعرض من خلالها المواد الخاصة بالخدمات، وتعتمد كلها فى الأساس على التنويع فى شكل الموضوع الصحفى أو موضوع المعالم، **وتأخذ الأشكال التالية:**

(1) موضوع كيف تصنعها المباشر؟ :How To Do It?

يروى هذا الموضوع للقارئ ببساطة كيف يصنع شيئا ما، أو يؤديه ومثال لذلك: (عشرة طرق لتوفير الطاقة بالمنزل)، (كيف تصلح صنبور المياه إذا انفجر)، (كيف تقوم بطلاء المنزل بأقل التكاليف؟)، ويستخدم فى تحرير هذه الموضوعات لغة بسيطة، وسهلة ومباشرة فى العناوين وفى المتن على أن تكون خالية من المصلحات أو الجوانب الفنية أو الصناعية، مع الاستعانة بقدر الامكان بالصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية.

(2) موضوع لقد صنعوها وأنت تستطيع :They Did It And You Can

ويعرض نشاطا لشخص- أو لجماعة، مع بيان أو إيحاء أن القارئ يستطيع أيضا ممارسة هذا النشاط وتطبيقه ببساطة، وهنا تروى القصة أو الظاهرة على لسان أبطالها بالتفصيل.

(3) قصة إخبارية مباشرة :Straight News Story

وهى قصة إخبارية تحتوى على معلومات تفيد القارئ، ويقدم له نصائح أو نماذج تصلح كسلوك مستقبلى، وذلك بشكل مباشر.

(4) الموضوع الصحفى Feature:

ويركز على زاوية أو محور كيفية إتمام أداء الشيء، أو كيفية أداء أشياء معينة في ظروف مشابهة لتلك التى تم إنجاز هذا الشيء فيها.

(5) القوائم Lists:

وتتعدد أنواعها فقد تكون قائمة بدور للسينما أو معرضا للكتاب، أو قوائم بأسعار العملات والأسهم والسندات، وقد تتطور لكى تكون قوائم إخبارية أكثر ابتكاراً.

2- الأشكال الصحفية المتخصصة المجمعة:

فى مواجهة تنوع اهتمامات القراء ورغباتهم وتعددها، يسعى المضمون الصحفى بفئاته المختلفة إلى تلبية هذه الاهتمامات من خلال الأقسام المتخصصة بالجريدة والتى يتم توزيع منتجها الصحفى من أخبار وموضوعات وصور ورسوم على أجزاء الجريدة اليومية المختلفة.

وقد زاد عدد صفحات الجريدة فى السنوات الأخيرة، ودفع هذا بعض الجرائد إلى تقسيم صفحاتها إلى أقسام Sections أو وحدات رئيسية للمضمون، وفى داخل كل قسم أبواب وأركان وصفحات للمواد المتخصصة، وتنشر بعض هذه الأبواب والأركان والصفحات يومياً أو أسبوعياً، أو فى ملاحق الصحيفة الأسبوعية، أو تلك التى تصدر في شكل مجلة وتوزع مع العدد.

ويعتبر كل باب أو ركن أو صفحة أو ملحق متخصص بمثابة جريدة صغيرة متخصصة داخل الجريدة العامة الكبيرة، توظف داخلها الأشكال الصحفية المختلفة لعرض هذه المادة المتخصصة المجمعة، كلون من ألوان الخدمات التى تقدم للقارئ فى إطار تلبية اهتماماته المتنوعة.

ويمكن هنا رصد خمس دوائر متداخلة يمثل كل منها شكلا أو قالبا صحفيا مجمعا يعالج من خلاله المضمون الصحفى المتخصص المجمع على النحو التالى:

الدائرة الأولى: الأكثر اتساعا هى الملحق Supplement الذى يضم مجموعة من الأقسام المتشابهة فى المضمون أو المتقاربة، أو التى لا يجمعها فقط سوى أنها مواد متخصصة ومنوعة.

الدائرة الثانية: الأقل اتساعا هى القسم Section الذى يضم مجموعة من الصفحات المتخصصة التى تعالج مواد متشابهة فى تخصصها أو أركان متخصصة أو أبواب متخصصة.

الدائرة الثالثة: أقل اتساعا من السابقة وهى الصفحة أو الصفحات المتخصصة Specialized Pages وتعالج مواداً متشابهة في المضمون، وتضم أركاناً أو أبواباً متخصصة تعالج مضموناً واحد كالأدب، الفن، الرياضة.

الدائرة الرابعة: وهى أضيق من الدائرة الثالثة، وهى الركن الثابت المتخصص الذى يحتل جزءاً أقل من الصفحة ويعالج مضمونا متخصصا واحدا مستخدما أشكال صحفية مختلفة.

الدائرة الخامسة: وهى أضيق الدوائر شكلاً ومضموناً، وهى الباب الثابت المتخصص الذى يعالج مضمونا متخصصاً من خلال شكل صحفى واحد أو عدة أشكال صحفية مثل باب رسائل القراء أو عمود أخبار رياضية له عنوان ثابت.

فجريدة New York Times – على سبيل المثال – كانت تنقسم خلال الثمانينات إلى أربعة أقسام، منها ثلاثة ثابتة طوال الأسبوع، والرابع يتغير كل يوم، **على النحو التالى:**

القسم رقم (1) يقدم تغطية اخبارية قومية وعالمية متسعة.

القسم رقم (2) يقدم تغطية لأخبار العواصم والأخبار الثقافية.

القسم رقم (3) يقدم تغطية اقتصادية محلية ودولية.

القسم رقم (4) يغطى مجالات متخصصة تختلف فى كل يوم من أيام الأسبوع **كما يلى:**

- يوم الاثنين قسم Sports Monday يقوم بتغطية أخبار الرياضة التى حدثت خلال الأسبوع، مستعينا بالإحصاءات، الأحاديث، أعمدة الرأى.
- يوم الثلاثاء قسمScience Times ويقدم معلومات ومناقشات مهمة حول المجالات العلمية، وأعمدة رأى حول التعليم وأساليب الحياة.
- يوم الأربعاء قسم The Living section ويزود القارىء بأخبار المواد الغذائية والأسواق.
- يوم الخميس قسم Home Section ويعطى معلومات عن شئون المنزل مثل الديكور، أعمال الصيانة والاصلاح، الحدائق، التسجيلات الموسيقية والأمور المتصلة بكل ما سبق.
- يوم الجمعة قسم Weekend وهو عبارة عن دليل للأحداث التى تتسم بطابع التسلية والامتاع، وخاصة الفنون الرفيعة والجماهيرية.
- إضافة إلى الأقسام السابقة والتى تظهر فى كل الطبعات، هناك أقسام إخبارية خاصة بمناطق معينة Zoned News Sections، لترويج توزيع الجريدة فى مناطق معينة.

وتتسم موضوعات المعالم التى تقدم من خلال تلك الأقسام المتخصصة بالأسلوب التفسيرى المصاحب بمواد مصورة مثيرة لم تكن تظهر فى الجريدة منذ عدة عقود مضت.

وجريدة Los Angeles Times يحتوى العدد اليومى منها – بشكل ثابت – على الأقل على خمسة أقسام **وأحياناً أكثر من ذلك:**

القسم الأول: هو القسم الاخبارى الرئيسى، ويضم ملخصاً لكل الأخبار الدولية المهمة، وأخبار الولاية، وأخبار محلية، ويتكون من 72 صفحة ويسمى The Main News أى الأخبار الرئيسية.

القسم الثانى: ويحتوى على أخبار العاصمة، وأخبار إقليمية أخرى، ويضم أيضاً صفحة الرأى وصفحة الرأى الآخر Oppoite Editorial Page، وتحليلات أخرى يحررها كتاب الأعمدة، ويطلق على هذا القسم The Metro News.

القسم الثالث: ويغطى الشئون الرياضية والاقتصادية وأخبار السوق والتمويل ويسمى View section.

القسم الرابع: ويغطى أخبار المجتمع والشئون الثقافية والاجتماعية.

القسم الخامس: ويخصص للإعلانات المبوبة، ويعد أضخم قسم إعلانات مبوبة فى العالم.

اضافة لذلك هناك جزء خاص غير منتظم لموضوعات المعالم من وقت لآخر.

أما عدد الأحد من الجريدة فيحتوى على أجزاء ثابتة وأركان الموضوعات المعالم تحت العناوين التالية:

- Home Magazine
- Calendar
- Out look
- Opinion
- T.V News
- News
- Real estate
- Travel

▪ الأقسام والملاحق المتخصصة (نموذج المادة الرياضية):

تتمتع المادة الرياضية فى الصحيفة بقارئية عالية كمضمون متخصص يعالج من حيث كل قوالب المادة المتخصصة المجمعة بدءا عن الباب وانتهاءاً بالملحق الرياضى،

ولذلك تشكل مجالا حيويا لاعداد المحررين وإكسابهم الخبرة والمهارة العملية اللازمة، وذلك بحكم حيوية هذا المضمون وتنوعه وتجدده وواقعيته وحاليته وتعدد مصادره.

وأهم فئات المضمون الرياضى التى تعالج من خلال قوالب المادة المتخصصة المجمعة هى:

1- الأحداث الرياضية التى تم نقلها بواسطة وسائل الاتصال الاليكترونية وهى الراديو والتليفزيون.

2- الأحداث الرياضية الكبرى والعادية التى لم تنقلها وسائل الاتصال الاليكترونية، وتشمل أوجه النشاط الرياضى بالمدارس والجامعات والأندية الرياضية، وكذلك الألعاب الرياضية فى المجتمع المحلى، وتتفوق الجريدة فى هذا المجال وتستطيع تقديم خدمة صحفية أفضل.

3- مفكرة المعلومات Agenda Information للأحداث على المستوى القومى، مستوى الولاية، مستوى المدن المحلية، وتشمل أيضاً المراجعات النقدية والتوقعات.

4- معلومات إحصائية (أرقام ودرجات) تتضمن نتائج المباريات ومواقف الفرق الرياضية فى كل الألعاب.

5- معلومات مركزة ومفصلة عن اللاعبين والمدربين والمديرين، وغيرهم ممن لهم دور فى مختلف أوجه النشاط الرياضى.

6- مشاركة القراء من خلال الإجابة على أسئلتهم المختلفة وعرض انطباعاتهم وآرائهم.

7- موضوعات تتوجه لمستهلكى السلع والخدمات ذات الصلة بالنشاط الرياضى كالخيام والأحذية والكرة والملابس الرياضية.

8- موضوعات ذات طابع خدمى تتعلق بالصحة واللياقة البدنية.

9- برامج الرياضة فى الراديو والتليفزيون، كجزء من التغطية اليومية، ويضعها البعض داخل عمود صغير يتضمن قائمة بذلك.

10- موضوعات أخرى مثل عروض الكتب الرياضية والطب الرياضى.

وأهم فئات الشكل أو الأشكال الصحفية التى تستعمل فى عرض المضمون الرياضى:

1- القصص الإخبارية السريعة القصيرة:

التى تركز على المدخل التفسيرى أو كيف وماذا ولماذا وماذا يعنى هذا مستقبلا وذلك لأن التليفزيون يروى الحدث كما هو ويتوقع القراء من جريدتهم أن تفسره وتشرحه لهم.

2- القصص الإخبارية ذات الطابع التمهيدى:

Advance News Stories

وتقدم معلومات تمهيدية عن المباريات القادمة، وتوقعات المدربين والمنافسة بين الفرق، وتخمين وتوقع ما سوف يحدث عندما يتبارى خصوم أقوياء، مع التركيز على المدخل التفسيرى أيضا.

3- موضوعات المعالم:

وتتعامل مع جوانب وأبعاد كثيرة فى المجال الرياضى **منها:**

- الصور أو الملامح الشخصية.
- قصة فريق.
- لعبة معينة.
- البرامج التدريبية.

- المنافسة بين الفرق.
- جمهور المشاهدين (وتناقش فى هذا الإطار موضوعات مختلفة مثل الروح الرياضية والتعصب).
- قوائم الأرقام والدرجات للفرق المختلفة والدورى والكأس وغير ذلك.
- قصص شاملة لأكثر من جانب.

ويوصى خبراء الصحافة الرياضية ونقادها بالأمور التالية عند إعداد المادة الصحفية المتخصصة المتجمعة لقسم أو ملحق رياضي:

- التركيز على المدخل التفسيرى فى الكتابة لمواجهة تأثيرات التليفزيون.
- أبراز أسماء اللاعبين والمدربين والإداريين والمشرفين والمشجعين كعنصر أساسى فى قارئية القصص الرياضية وبدونها تفقد معناها.
- ربط المادة الرياضية بما يسبقها من أحداث وما يليها.
- موازنة المساحة المخصصة للأحداث الرياضية القومية والمحلية، بما يتناسب مع أرقام توزيع الجريدة فى هذه الأماكن.

ملاحق الأحد (التي تصدر في شكل مجلة):

Sunday supplement Magazines

تصدر بعض الجرائد اليومية الأمريكية - وبلغ عددها حوالى 200 فى أوائل الثمانينات - ملاحق مستقلة مطبوعة فى شكل مجلة من قطع نصفى (تابلويد) توزع مع عدد الأحد وتسمى مجلة الأحد.

وقد تطورت فكرة مجلة الأحد هذه فى الثلث الأخير من القرن التاسع عشر وانتشرت على نطاق كبير بعد اتساع نطاق الإعلان القومى، حيث اعتبرها الكثيرون مجلة عامة تعتمد أساساً على تغطية اهتمامات القارىء المتسعة التى تغطيها الجريدة

باقتضاب طوال الأسبوع من خلال أبوابها وأركانها وصفحاتها وأجزائها الثابتة التى تشمل مواد متخصصة مجمعة، وتسعى لمعالجة هذه الاهتمامات بشمول وعمق واحاطة وتوسع من خلال **نوعين رئيسيين:**

1- **النوع الأول:** ملاحق المجلة التى يتم تسويقها عن طريق الوكالات وتصدرها شركات أو وكالات متخصصة (بعضها وكالات الأنباء) ويتم توزيعها مع الجرائد بشكل قومى مثل: Tuesday, Family Weekly, Parade.

2- **النوع الثانى:** ملاحق المجلة التى تصدرها الجريدة بنفسها وتوزعها كل يوم أحد وتسوق بشكل فورى مثل: The New York Times Magazin التى تصدرها الجريدة وتوزع أكثر من مليون نسخة.

وقد شهدت السبعينات من القرن الماضى انطلاقة للملاحق التى تتخذ شكل المجلة حيث عادت ثانية لتستعيد ما سبق أن خسرته فى مواجهة منافسة التليفزيون خلال الستينات، وزادت الصفحات الإعلانية بها فى منتصف السبعينات لتشكل أكثر من 8% من مساحتها وزاد توزيعها فملحق المجلة Family Weekly كان يوزع فى 48 ولاية مع أكثر من 350 جريدة توزيعها الكلى 12.2مليون نسخة، وParade يصل إلى 100جريدة توزيعها حوالى 20 مليون نسخة، وTuesday يبلغ توزيعها حوالى 1.7مليون نسخة.

ويجمع بين هذه الملاحق أنها تصدر فى قطع المجلة المعروف فى طباعة جيدة وتستعمل الألوان، وتجمع بين فنية الجريدة وفنية المجلة شكلا ومضمونا، وتركز على شئون الأسرة والمجتمع والألعاب المسلية والفنون التشكيلية وشئون المنزل والملابس والطعام، ويميل معظمها إلى المحافظة على أسلوب المجلة شكلاً ومضموناً وأسلوباً فى التحرير.

3- الأشكــال الصحفيـــة الخاصـــة بالتسليـــة:

تقوم هذه الأشكال بمهمة الجريدة - كوسيلة اتصال - فى التسلية والترفيه والإمتاع والاسترخاء، وقضاء أوقات الفراغ وخلق نوع من الإيقاع الهادئ المريح إلى جانب الإيقاع السريع الصاخب لباقى مواد الجريدة، ويمكن إيجازها فى الأشكال التالية:

(1) الكلمات المتقاطعة:

أصبحت من أشكال التسلية المطبوعة العالمية، وأصبحت هناك وكالات متخصصة تبيعها وخبراء يطورونها، فهناك كلمات متقاطعة تعالج موضوعات عامة، وأخرى متخصصة وبعضها يستخدم الصور والرسوم، وبعضها الآخر يستخدم الأرقام.

انها وسيلة لتثقيف القارئ وإمتاعه ذهنيا وتزويده بمعلومات جديدة وهناك حوالى 42 مطبوع دورى فى الولايات المتحدة متخصص فى هذا الشكل إلى جانب أنه ينشر فى معظم الجرائد.

(2) أبواب الطالع:

وهى من الأبواب التى يرفضها عدد كبير من النقاد وعلماء النفس لأنها تقوم على الحدس والتخمين، وعلوم الفلك والتنجيم، ولكنها منتشرة، ويرى البعض الآخر أنها وسيلة تسلية وترفيه تتيح للقارئ الهروب من متاعبه اليومية وتشمل الأبراج وخطوط الكف.

(3) المسابقات:

وتتضمن كل أنواع المسابقات الفنية والرياضية والثقافية والإجتماعية من بينها مثلاً صورة حية تلتقط لشخص وسط جمهور حاشد فى مسرح أو مباراة مهرجان ثم تقدم جائزة لهذا الشخص فى احتفال جماهيرى، أو مسابقات ملكات الجمال أو فتاة مدينة كذا، أو أى مسابقات من هذا النوع لتحقيق هدفين مزدوجين: تسلية القارئ

والترفيه عنه، ثم ربطه بالجريدة وربط الجريدة بمجتمعها القومى - أو المحلى - من خلال القارئ، وهذا هدف ترويجى وتسويقى مهم.

(4) الألعـاب:

وهى نوع من الرياضة الذهنية تستخدم الرسوم والأشكال الهندسية، كالمربعات والدوائر والمسدسات والمنحنيات، واستغلال بعض المعادلات الرياضية المبسطة والقوانين العلمية، لتنشيط ذهن القارئ واختباره فى عمليات هندسية أو رياضية مبسطة مفيدة خاصة للطفل.

(5) الألغـاز:

وهى إما ألغاز معلومات عن أشخاص أو قضايا أو بلاد أو معالم مهمة، أو ألغاز رياضية حسابية.

(6) القصص المسلسلة المرسومة:

وهى نوعان: الأول قصص كوميدية أو تراجيدية، وكل قصة منها لها بداية ووسط ونهاية وحدث وشخصيات وعقدة وحل، ولكن التركيز أو أسلوب التعبير الأساسى يكون للصور وتعاونها الكلمة فى شكل شريط متتابع (سيناريو) يضم صور ورسوما، يستفيد جيدا من تقنية سيناريو الفيلم السينمائى، والمونتاج، والنوع الثانى: قصص تعتمد على الرسوم الهزلية الساخرة التى عادة ما تتضمن قصصا ساخرة كوميدية أو خيالية يخلقها الرسام وكاتب القصة، ويتم وضع انتقادات لاذعة وساخرة للسلوك الانسانى، وتوصيل مضمون أخلاقى قيمى تربوى من خلالها إلى القارئ راشد كان أو طفلاً، وهكذا تحاول الجريدة سد كل اهتمامات القارئ المرتبطة بفئات السر المختلفة.

4- الاشكـــال الصحفيـــة المصـــورة Illustrations:

وتشمل المواد المصورة فى الجريدة الصور الفوتوغرافية بأنواعها المختلفة والرسوم اليدوية التى تجمع الرسوم الساخرة والتعبيرية والتوضيحية.

وإضافة إلى الأهمية التقليدية للمواد المصورة فى الجريدة لكل ما تتميز به من قدرة على جذب انتباه القارئ والتأثير فى سلوكه وأستيعابه، بحكم قدرتها التعبيرية والجمالية واختزالها لكثير من المعانى والمتضمنات الفكرية والصحفية وقدرتها على التبسيط والشرح والوصف، زادت أهميتها الصحفية خلال السبعينات والثمانينيات من القرن العشرين، لمواجهة ذلك الوعى البصرى الذى غرسه التليفزيون فى العقل الانسانى لاسيما بعد استخدام اللون، فقد أصبح لزاما على الجريدة لكى تؤثر وتقنع قارئ السبعينات والثمانينات والتسعينات من صغار الراشدين الآن ومن المراهقين الذين يمثلون جيل حضارة التليفزيون والذين تربوا عليه وحصلوا منه على الخبر والمعلومة والتسلية وقدم لهم العالم من خلال الكلمة والصورة والموقف بأشكال درامية مختلفة، ثم المستحدثات الجديدة فى مجال التليفزيون خاصة ظهور أشرطة الفيديو وأنظمة الجريدة الاليكترونية فى المنزل والانترنت، هذا كله أدى إلى زيادة استعمال المواد المصورة فى الصحيفة.

وقد أظهرت الجرائد اهتماما كبيرا بالمواد المصورة، تمثل فى زيادة عددها والمساحة التى تحتلها، وفى فنية أسلوب تحريرها واخراجها، واستعمال اللون معها، وتخصيص صفحات أكثر للصور والرسوم، كما زاد استعمال المواد المصورة خاصة الرسوم التعبيرية المصاحبة لبعض الموضوعات كالجرائم أو الحوادث.

(أ) الصور الفوتوغرافية: Photographs

ويمكن تصنيفها من حيث المضمون، ومن حيث الشكل الذى تظهر به، فمن حيث المضمون تنقسم إلى:

- الصور الاخبارية News Pictures
- صور الموضوعات Feature Pictures
- صور الموضوعات الاخبارية ذات الجانب الانسانى.
- الصور التى تمثل شخصية محور الموضوع (البورتريه)
- الصور الجمالية و التعبيرية.

ومن حيث الشكل الفنى تنقسم الصور إلى:

- الصور المفردة Single Pictures
- سلسلة الصور A series
- المشهد المتعاقب Sequence

ويمر إنتاج الصور الفوتوغرافية الصحفية بعدة مراحل هي:

1- التكليف بمهمة التصوير، حيث يتوافق تكليف المصور مع المحرر.

2- الحصول على الصور من المصور أو من مصادر أخرى داخلية أو خارجية.

3- التحميض (الاظهار ثم التثبيت) والطبع والتجفيف.

4- تقويم الصور واختيار الصالح منها للنشر بواسطة المصور، أو محرر الصورة Picture editor أو المحرر، أو السكرتير الفنى.

5- تحرير الصورة Picture editing، أو كتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب لها، ويقوم به المحرر أو محرر الصورة، أو سكرتير التحرير الفنى.

6- اخراج الصورة Picture Makeup، تحديد موقع الصورة وحجمها والشكل الفنى الذى سوف تظهر به، يدويا أو بالاستعانة ببعض الأدوات.

7- الأعداد الفنى للماكيت يدوياً أو على الشاشة وتجهيز الصفحة بأكملها (المونتاج).

8- التصوير وإعداد الأفلام.

9- تجهيز اللوح الطباعي.

10- طباعة الصورة.

(ب) الرسوم اليدوية:

وهى عنصر مهم يستعمل فى الجريدة باضطراد الآن، حتى أن بعض الجرائد مثل جريدةThe Wall Street Journal يفضل استخدامها عن استخدام الصور الفوتوغرافية، أو تمزجها بالصور الفوتوغرافية كجرائد أخرى، وقد زاد استعمالها بعد انتشار طباعة الأوفست وتشمل:

(1) الرسوم الساخرة:

وهى مجموعة من الرسوم المتميزة بالطرافة، وبالقدرة على جذب انتباه القارئ، ونقل الفكرة إليه، والتعبير عن وجهة نظر بالرسم، مثلما يعبر الكاتب عن وجهة نظره بالحروف والكلمات، ويعتمد الرسام هنا على الإيجاز والتبسيط، وانتقاء صفة بارزة فى الشخصية التى يتحدث عنها لتحقيق هدف مهم وهو: أن يفهم القارئ بنظرة سريعة خاطفة ما يهدف إليه الرسام فى أقصر وقت ممكن وبأقل عدد من الخطوط، فإذا فشل الرسام فى ذلك فقد الرسم صفته الأساسية وميزته، وتشكل الرسوم الساخرة مكونا مهما فى صفحة الرأى فى الجريدة، إلى جانب نشرها فى صفحات أخرى، **ولها نوعان أساسيان:**

الأول: الكاريكاتير (سبق الحديث عنه)

الثانى: الشرائط الهزلية أو الرسوم المسلسلة الهزلية Comic Strips

(2) الرسوم التعبيرية: Drawing

وهى الرسوم اليدوية التى تصاحب بعض الموضوعات الصحفية كبديل للصور الفوتوغرافية لتحقيق أغراض جمالية وتعبيرية، كتلك الرسوم التى تصاحب القصص والمقالات والتحقيقات الصحفية، إلى جانب الرسوم الثابتة (الموتيفات) التى تميز الأبواب والأركان والصفحات والملاحق الثابتة والمتخصصة.

(3) الرسوم التوضيحية Illustrations

وهدفها المساعدة على عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق، يفسرها ويوضحها ويلخصها موفرا المساحة لجزء بسيط من المتن **وأهمها:**

- الرسوم البيانية Graphs قد تكون خطا بيانيا، خريطة بيانية أو أعمدة بيانية مفردة أو مزدوجة لتلخيص الإحصاءات الرقمية المعقدة والمتطورة.
- المنحنيات Current Charts، وتصور مدى التقلب فى ظاهرة ما بشكل كمى.
- الجداول Tables، قدتكون بسيطة أو تكرارية أو مزدوجة.
- الخرائط الجغرافية Maps.
- البكتوجراف Pictograph: رسم بيانى يتم فيه مزج الصور والرسوم بالخطوط البيانية، أو الأعمدة للتعبير عن مواقف أو أماكن أو علاقات تسمح بالمقارنة، مستغلا تقنيات: الفوتومونتاج Photomontage أى تركيب صورة على صورة أو عدة صور وكذلك التروكاج Trucage أو تركيب صور على رسم، أو العكس.
- الدوائر المقسمة إلى قطاعات Sector Charts.

5- الأشكـال التـي تعـرض المـواد الإعلانيـة:

يشكل الإعلان نسبة كبيرة من مساحة الصحيفة تصل إلى حوالى 60% أحيانا ويشكل حوالى 70% من دخلها، ويؤدى الإعلان ثلاثة أدوار مهمة بالنسبة للجريدة والقارئ.

الدور الإعلامى: بتوفير معلومات عن سلع أو خدمات أو أفكار جديدة قد يكون القارىء فى حاجة إليها.

الدور التمويلى: وهو توفير دخل أو عائد يسهم – بشكل أساسى – فى تمويل الجريدة.

الدور التسويقى: وهو المساهمة فى زيادة الطلب على السلعة أو الخدمة أو أى شيء يعلن عنه باعتبار أن الإعلان هو جزء من المزيج الترويجى الى هو جزء من المزيج التسويقى للمشروع.

وتأخذ المواد الإعلانية **Advertisements** فى الجريدة الأشكال التالية:

1- إعلان المساحة: Display advertising

وينشر على هيئة تصميم محدد الشكل، أو داخل اطار أو برواز يميزه، ويضم صورا أو رسوم أو كليهما، إلى جانب عنوان رئيسى وبعض العناوين الفرعية والمتن القليل، ويتبع فى إخراجه وتصميمه أسلوب إخـراج الملصق.

2- الإعلانات المبوبة: Classified advertising

ويظهر داخل صفحات متخصصة، وثابتة، وفى أماكن مخصصة له، محددة الموضوع تحت عناوين شبه ثابتة ومميزة، وعادة ما يجمع من حروف صغيرة ليستوعب أكبر عدد منها، وفى العادة يسعى القارئ إليه ليفيده فى حل مشكلة معينة كشراء سيارة أو بيعها أو عرض عقارات للبيع أو طلب وظائف أو بيع بيوت أو تأجير شقق وبيعها.

3- الإعلان التحريرى: Editorial advertising

ويتخذ المضمون الإعلانى فى هذا النوع الأشكال الصحفية التقليدية، كالخبر والحديث، والتحقيق، المقال، الصور، الرسوم، بحيث لا يبدو لأول وهلة أنه إعلان، وعادة ما يوضع بجانب المادة التحريرية التى تقدمها الجريدة، بهدف التغلب على شك بعض القراء وريبتهم فى الإعلان بشكله التقليدى، ولكن أغلب من يستخدم الإعلانات التحريرية يحيطها بإطار مميز عادة ما يستعمل مع الإعلانات، أو يوضع فوقها ما يميزها كإعلان مثل: موضوع إعلانى، موضوع ممول، موضوع تسجيلى، بيان من...

4- قسم الإعلانات: Averstising Section

وهو عبارة عن قسم من الجريدة، يتكون من صفحة أو اثنتين أو أكثر، له مضمون إعلانى معين حول دولة ما، أو صناعة، أو مؤسسة، ويستخدم الأشكال الإعلانية السابقة كلها أو بعضها فى إطار الحملات الإعلانية الكبرى التى ينظمها كبار المعلنين أو بعض المؤسسات الكبرى أو الدول على المستوى المحلى أو القومى أو الدولى.

5- ملحق إعلانى: Advertising Supplement

ويضم عدداً من الصفحات التى تعالج موضوعاً إعلانياً مميزاً، ويستخدم كافة الأشكال الإعلانية، وتتعاون فى تنفيذه هيئة تحرير الجريدة وإدارة الإعلان بها وفى العادة يكون هذا الملحق معداً للتوزيع المجانى مع الجريدة ولافتتها وشعارها المميز، **ويأخذ شكلاً من الأشكال الثلاثة التالية:-**

1- ملحق مطبوع من ورق الجريدة نفسها وحجمها، وأسلوب الجمع والطباعة واحد ويحمل الملامح التيبوغرافية العاة لها نفسها.

2- ملحق مطبوع من نوع أجود من ورق الجريدة، وفى حجم أو قطع مختلف عن الجريدة.

3- ملحق مطبوع فى شكل مجلة.

ويطلق البعض على الأقسام الخاصة، والملاحق الإعلانية، وبعض الأعداد الخاصة التى تصدرها جريدة فى شكل مجلة، اسم الإعلانات المجمعة، التى لا تنشر – عادة – تنفيذا لحملة إعلانية يقوم المعلن بتخطيطها، وإنما تنظمها إدارة الإعلان مستغلة مناسبة معينة أو فكرة أو حدث ما، وتجمع حوله عدداً من المعلنين الذين يشترون مساحة إعلانية تكون كافية من وجهة النظر الاقتصادية لتنفيذ الفكرة.

6- الأشكـــال الصحفيـــة التـــى تعـــرض مـــواد أخـــرى:

وهى لا تندرج تحت الأشكال الصحفية التى سبق الحديث عنها بحكم طبيعتها الخاصة، وهى لا تحمل فى العادة مادة صحفية – **وهى على سبيل المثال– لا الحصر:**

1- أشكال تعطى معلومات عن الجريدة:

مثل اسم الجريدة، وعنوانها، واسم رئيس التحرير وبعض البيانات الإدارية عنها مثل: أسعار الإعلانات، أسعار الاشتراكات، أماكن الطبع، مكاتب الإدارة، مكاتب التحرير، مكاتب التوزيع، رقم العدد، السنة، التاريخ، شعار الجريدة، رقم الصفحة، اسم الباب أو الركن أو الملحق.

2- بيانات وإعلانات خاصة بالجريدة وبالمؤسسة الصحفية التى تصدر عنها:

أحيانا تنشر الجريدة أو المؤسسة الصحفية التى تصدرها بعض الإعلانات، أو البيانات عن تطويرات جديدة ستقوم بها، مثل إصدار طبعة محلية جديدة، أو دولية أو زيادة عدد الصفحات، انضمام كاتب جديد، تجديد المطبعة، نشر كتاب جديد، أو إعلانات عن حاجتها إلى محررين أو خطاطين أو عمال مثلا، أو مناقصات، أو مزايدات، أو إصدارات جديدة للمؤسسة.

3- مواد الحشو أو ملء الفراغ Fillers

وتضم هذه المواد تعليقات وحكم وأمثال ورسائل من قراء، أو أخبار قصيرة ومتخصصة من الممكن تأجيلها، وتجمع فى حروف واتساع مناسب لصفحات الجريدة، ويستعان بها عند حدوث أى نقص فى المادة المنشورة على صفحات الجريدة، وهناك الآن وكالات متطورة فى الولايات المتحدة تزود مشتركيها - من الجرائد والمقالات - بمواد الحشو عند الحاجة.

خلاصة الوحدة السابعة

تناولت هذه الوحدة بعض الأشكال الصحفية الأخرى غير الأشكال الاخبارية والتفسيرية والاستقصائية ومواد الرأى، حيث عرضت للأشكال الصحفية التى تعرض المواد الخاصة بالخدمات والتى تأخذ عدة أشكال هى: كيف تصنعها How to do it، لقد صنعوها وأنت تستطيع They did it and you can، قصة اخبارية مباشرة، الموضوع الصحفى Feature، القوائم Lists.

وناقشت الأشكال الصحفية المتخصصة المجمعة (الملحق) القسم الصحفة، الركن الثابت المتخصص، الباب الثابت المتخصص، وتقدم الوحدة نموذجاً للأقسام المتخصصة وهو الخاص بالأقسام والملاحق الرياضية المتخصصة وتسلط الوحدة الضوء على ملاحق الأحد التى تصدر فى شكل مجلة Supplement Magazines.

وعرضت الوحدة أيضا للأشكال الصحفية الخاصة بالتسلية (الكلمات المتقاطعة، أبواب الطالع، المسابقات، الألعاب، الألغاز، القصص المسلسلة المرسومة. كما تتناول الأشكال الصحفية المصورة Illustrations وتشمل الصور الفوتوغرافية الرسوم اليدوية (الرسوم الساخرة، الرسوم التعبيرية، الرسوم التوضيحية) ،بالإضافة إلى الأشكال التى تعرض المواد الإعلانية (إعلان المساحة، الإعلانات المبوبة، الإعلان التحريرى، قسم الإعلانات، ملحق إعلانى، ملحق مطبوع فى شكل مجلة).

وتنتهت الوحدة بالحديث عن بعض الأشكال الأخرى كتلك التى تعطى معلومات عن الجريدة أو بيانات وإعلانات خاصة بالجريدة أو المؤسسة الصحفية التى تصدر عنها، ومواد الحو أو ملء الفراغ Fillers.

أسئلـة وتطبيقـات الوحـدة السابعـة

1- وضح المقصود بكل شكل من الأشكال الصحفية وقدم نموذجاً عملياً تطبيقياً لمادة صحفية تصلح أن تقدم من خلال كل شكل منها:

(أ) كيف تصنعها كشكل من أشكال مواد الخدمات.

(ب) القوائم Lists.

(جـ) القصص الإخبارية الرياضية ذات الطابع التمهيدى.

(د) ملحق الأحد.

(هـ) الرسوم التوضيحية.

(و) مواد الحشو Fillers.

2- اكتب تقارير علمية حول الموضوعات التالية:

(أ) الدوائر الخمس المتداخلة التى يقدم من خلالها المضمون الصحفى المتخصص المجمع.

(ب) القوالب الصحفية لمعالجة المضمون الرياضى.

(جـ) الصور الفوتوغرافية.

(د) الإعلان التحريرى.

(هـ) الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها مواد الخدمات.

3- صحح العبارات التالية:

(أ) يعرض الموضوع الصحفى Feature كشكل من أشكال مواد الخدمات نشاطا لشخص أو لجماعة مع الإيحاء للقارئ بأنه يستطيع ممارسة هذا النشاط وتطبيقه ببساطة.

(ب) يضم الملحق Supplement أركاناً أو أبواباً متخصصة تعالج مضمونا واحدا .

(جـ) القصص المسلسلة المرسومة هى نوع من الرياضة الذهنية تستخدم الرسوم والأشكال الهندسية كالمربعات والمنحنيات.

(د) الرسوم الساخرة هدفها المساعدة فى عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق ويلخصها موفراً المساحة لجزء من المتن.

(هـ) الإعلانات المبوبة هى قسم من الجريدة يتكون من صفحة أو اثنين يقدم خلالها مضموناً إعلانياً حول دولة ما أو صناعة أو مؤسسة.

انشطة يقوم بها الدارس

1- حلل الأشكال الصحفية التى تقدم مواد الخدمات فى جريدة يومية وجريدة أسبوعية موضحا أوجه التشابه وأوجه الاختلاف.

2- تابع صحيفتك اليومية التى تقرأها لمدة أسبوع موضحا أسلوب تقديمها للمواد الصحفية المتخصصة والأشكال الصحفية التى تستخدم لهذا الغرض (أبواب، أركان، صفحات، ملاحق داخل العدد أو خارجه) ونوعية المضامين التى تركز عليها.

3- قارن الأشكال الصحفية التى تقدم من خلالها بعض الصحف اليومية المضمون الرياضى من خلال تحليلك لهذه الصحف لمدة أسبوع.

مراجع الوحدة السابعة

1- ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، فن التحرير الصحفى: المفاهيم والأدوات، د. ن، القاهرة، يناير 1995.

2- ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات، دار السحاب، القاهرة، 2004.

3- إجلال خليفة: اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى، جداول د. ن، دار الهنا للطباعة، القاهرة، ط أول، 1972.

4- إبراهيم إمام: دراسات فى الفن الصحفى، مكتبة الأنجلو، القاهرة 1972.

5 جلال الدين الحمامصى، الصحيفة المثالية، دار المعارف، القاهرة 1972.

6- فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 1985.

7- جون هومبنرج، الصحفى المحترف (ترجمة كمال عبد الرؤوف) ط5، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1990.

8- Paul N. Williams, Investigative Reporting and Editing, New Jersy, Prentice Hall, Inc., 1978.

9- Mac Dougal, Curtis: Interpretative Reporting, 8th edition, Macmillan Publishing Co, New York, London, 1982.

10- Wain Waight, David: Journalism, Alter and Seber, London, 1972.

11- Rivers, William, L., Mass Media Reporting, Editing and Writing, Stanford University, Universal Book Stall, U.S.A., 1975.

الوحدة الثامنة

تحرير المجلة
كعملية اتصال بالجماهير

الوحدة الثامنة

تحـــريـــر المجلـــة

كعمليـــة اتصـــال بالجمـاهيـــر

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادراً على أن:

1- يشرح عملية تحرير المجلة كعملية اتصال متكاملة.

2- يحلل عملية التحرير بكل أطرافها لمجلة عامة قد يلتحق للعمل بها.

3- يتعرف على شروط ومتطلبات نجاح المجلة العامة.

4- يفهم تكوين الجهاز التحريرى للمجلة العامة ووظائفه.

5- يحدد سمات قراء المجلة التى قد يلتحق للعمل بها.

عناصر الوحدة:

1- تحرير المجلة كعملية اتصال متكاملة.

2- أطراف عملية تحرير المجلة:

- المضمون: ماذا قالت المجلة؟
- المرسل: من قال؟
- الجمهور: لمن؟
- الشكل: كيف قيل؟

3- شروط نجاح رسالة المجلة.

4- الجهاز التحريرى للمجلة العامة: التكوين والوظائف.

5- قارئ المجلة: أنواعه، بحوث القراء.

6- خلاصة.

7- أسئلة.

8- أنشطة.

9- مراجع.

إذا كان تحرير المجلة - فى جوهره - هو تحويل المادة المكتوبة والمصورة والمرسومة، إلى شكل صحفى يناسب قراء المجلة، وهو جزء من الفن الصحفى فى المجلة، فإن تحرير المجلة - فى مفهومه الشامل ومن وجهة نظر اتصالية - هو عملية اتصال بالجماهير متكاملة الأطراف: يقوم فيها المرسل وهو هنا (المحرر أو أى فرد من أفراد جهاز التحرير وحتى أحدث محرر فيها)، بتوصيل مضمون أو توجيه رسالة واقعية أو خيالية أو الإثنان معا عن طريق وسيلة أو قناة معينة هى الأشكال أو القوالب الصحفية المختلفة (الخبر - المقال - الحديث - التحقيق... الخ) إلى مستقبل أو جمهور (هو قراء المجلة)، لتحقيق هدف معين (هو رسالة المجلة أو غرضها من الصدور والتى تحددها صيغة المجلة وسياستها التحريرية التى تم الاستقرار عليها عند التخطيط للإصدار).

أى أننا فى النهاية يمكننا القول أن تحرير المجلة هو عملية اتصال بالجماهير عن طريق الكلمة، عبر صفحات المجلة، تهدف إلى تنفيذ القرارات التى اتخذها المخطط لإصدار المجلة على المستوى التحريرى، بحيث تتفق مع صيغة المجلة، وتعبر عن سياسة تحريرها الأساسية.

ومن هنا سنعالج عملية تحرير المجلة من خلال دراسة أطرافها الأربعة الرئيسية:

1- المضمون: أو ماذا قالت المجلة؟

2- المرسل: أو من قال ذلك؟

3- المستقبل أو الجمهور: أو لمن؟

4- الشكل: كيف قيل؟

1- مضمون المجلة

الرسالة Message فى عملية تحرير المجلة، هى المضمون الفكرى الذى تحمله المجلة، ويشمل ذلك المضمون الرسائل والأفكار والمعلومات والمفاهيم الواقعية التى

تقم من خلال الأشكال الصحفية المختلفة الافتتاحية – الموضوع – العمود – الخبر – التحقيق – الحديث – المواد المصورة – أشياء أخرى)، وغير الواقعية أو الخيالية التى تحملها الأشكال الأدبية المختلفة (القصة – الشعر – الزجل – المقال الأدبى – الخواطر – التأملات – الروايات الطويلة)، وتوجهها إلى القارئ.

والمضمون فى المجلة: هو التعبير الفكرى عن سياسة المجلة التحريرية وصيغتها الأساسية وهدفها من الصدور والذى يتم ترجمته فى شكل قرارات تتخذ على المستوى التحريرى.

يختلف المضمون حسب نوع المجلة وغرضها فالمجلة المتخصصة، على سبيل المثال: تحمل مضموناً متخصصاً، المجلة الزراعية تحمل مضموناً متخصصاً زراعيا، والعمالية، مضمونا يتعلق بالتخصص نفسه... الخ.

أما المجلة العامة فيتنوع المضمون فيها، حيث تقدم مضامين متنوعة تحقق أهداف المجلة، نجد مضموناً يهدف إلى الإعلام وآخر إلى التفسير والتحليل، وثالثا إلى النقد، ورابعا إلى التسلية وخامسا إلى الابداع وسادسا للتسويق أو الترويج وهو المضمون الإعلانى.

وعند تحليل مضمون مجلة عامة مثل (بارى ماتش) الفرنسية Paris Mach نجدها تشمل: المضمون السياسى الداخلى والخارجي، والاقتصادى، والعسكرى، الاجتماعى، والمضمون المنوع الذى يضم داخله: المجتمع وأسلوب الحياة، المرأة والموضة، الرياضة، التسلية، الطرائف، الألغاز، والمسابقات، الأدب، الخواطر والتأملات، العقيدة، الفن، سينما ومسرح وموسيقى وإذاعة وتليفزيون وفن تشكيلى، وعلوم، وطب، وبيئة، وكتب، وكذلك المضمون الإعلانى.

ولكى يضمن المرسل (المحرر) فى المجلة نجاح رسالته من خلال المضمون الذى يقدمه ويحصل على رد فعل جيد وطيب من المستقبل (الجمهور)، عليه مراعاة الشروط الثلاثة الآتية وهو يعد رسالته:

1- أن يصمم الرسالة بحيث تجذب انتباه المستقبل، لأنه من الصعب نجاح عملية التفاهم إذا كان المستقبل غير منتبه إلى الرسالة، وهذا يستدعى مراعاة مدى حاجة المستقبل (القارئ) إلى موضوع الرسالة، وصياغة الرسالة بحيث تحتوى على مثيرات تضمن استمرار جذب انتباه المستقبل وتشوقه لمتابعة الرسالة، مع الحرص على اختيار الوقت المناسب لعرض هذا المضمون.

2- صياغة الرسالة أو تحريرها بحيث تناسب المستقبل فلا يستعمل إلا اللغة والرموز التى يفهمها هذا المستقبل.

3- أن تثير الرسالة فى المستقبل شعوراً بحاجته إلى موضوعها، وأن تقترح طرقا لسد هذه الحاجة بحيث تناسب الظروف المحيطة به.

ويمكن الحكم على مضمون المجلة ما بالنجاح أو الفشل من خلال:

1- مدى اتفاقه مع سياسة تحرير المجلة وهدفها من الصدور.

2- التوازن بين مختلف فئاته خاصة فى المجلة العامة، فحينما تطغى فئة من فئات المضمون على فئة أخرى يفقد المضمون عموميته، ويختل التوازن.

3- إمكانية فهمه وإدراكه، بوضوح، من قبل القراء، والمعيار هنا هو القارئ المتوسط الثقافة.

4- التنوع فى الموضوعات، وكذلك فى أسلوب المعالجة.

2- المرسل أو محرر المجلة

المرسل، أو القائم بالاتصال Communicator, sender، فى عملية الاتصال هو الهيئة أو الفرد الذى يود التأثير فى الآخرين ليشاركوه فى أفكار أو احساسات أو اتجاهات معينة كالمفكرين والفلاسفة والمدرسين والمرشدين الاجتماعيين ورجال الإعلام، وقد تكون هذه الأفكار أو الاحساسات من ابتكار المرسل نفسه كما يفعل المفكرون والفلاسفة عندما ينشرون بأنفسهم أفكارهم على الناس بالخطابة أو بالكتابة،

أو من ابتكار غيره كالمدرس الذى يدرس لتلاميذه الحقائق العلمية التى توصل إليها مختلف العلماء، أو ناقلا لها من الغير مثل مذيع نشرة الأخبار فى الإذاعة.

ووظيفة المرسل الأساسية هى أن ينشىء الرسالة ثم يصيغها فى كلمات أو حركات أو إشارات أو صور لكى ينقلها للآخرين.

والمرسل فى المجلة هو ذلك الشخص الذى يقوم بتحويل القرارات التحريرية الفنية الأساسية – التى اتخذها المخطط لإصدار المجلة – إلى واقع عملى يخرج فى النهاية بنسخة المجلة المطبوعة، فهو المسئول عن إعداد المضمون الصحفى (الرسالة) الذى تنوى الوسيلة (المجلة) توصيلها إلى قارئها لتحقيق أهداف تحددت فى السياسة التحريرية للمجلة.

وهو ببساطة محرر موضوعات المجلة التى تصل من مصادر داخلية ومصادر خارجية ومصورها ومخرجها، ويمكن تقسيم المصادر التى تحصل من خلالها المجلة على موادها إلى:

المصادر الداخلية: وهم ناشرو المجلة، ورؤساء التحرير ومعاونوه، وكتابها، وأعضاء جهاز التحريرى، المصورون، الرسامون، المراسلون، المستشارون، والمعلنون ممن يعملون داخل المجلة، ويسمون بمحررى المجلة، أو أعضاء الجهاز التحريرى.

المصادر الخارجية: وهم الكتاب الأحرار(المصاحفون)، والمصورون، والرسامون، الوكالات المختلفة، القراء، مكاتب الإعلانات، المصادر الإعلانية الأخرى، مكاتب الخرائط والرسوم، ومجلات أخرى يعاد نشر بعض موادها، الجرائد الأخرى، الكتب ووكلاء الكتب، مصادر أخرى منوعة.

وعند الحديث عن المرسل فى المجلة نبدأ بالمحرر أو عضو جهاز تحرير المجلة Staff member، ثم الكاتب الحر الخارجى أو المصاحف Freelancer حيث تتميز المجلة عن الجريدة بأنها تعتمد فى الحصول على المادة التحريرية على كتاب من

الخارج أو محررين: سواء كانوا محررين فى مجلات أو جرائد أخرى، أو يعملون فى وكالات للأنباء، أو موظفين أو ربات بيوت، يقضون وقت فراغهم فى الكتابة للمجلة، وذلك يعود إلى طبيعة المضمون الذى تحمله المجلة - خاصة المجلة العامة - والذى قد لا تستطيع كله هيئة تحرير المجلة وحدها تغطيتها.

المحرر فى المجلة

جهاز التحرير: *التكوين والوظائف*

المحرر فى المجلة لفظ أو مصطلح صحفى يطلق على عضو الجهاز التحريرى Staff member (أو هيئة التحرير)، وقد يكون هذا المحرر رئيسا للتحرير، أو مراجعا ، أو سكرتيرا للتحرير، أو مندوبا إخبارياً، أو مشرفاً فنياً، أو مخرجاً صحفياً، وهناك اتجاهان فى تأهيل محرر المجلة **وأسلوب إعداده للعمل الصحفى:**

الأول: يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ عمله فى جريدة يومية، ثم جريدة أسبوعية عامة، حتى يستوعب العمل الأخبارى، ثم ينتقل بعد ذلك إلى العمل فى المجلة، لأن عمله فى مجلة من البداية قد يفقده الحس الاخبارى.

والثانى: يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ فى المجلة، ولا يكتفى بالعمل فى قسم التحرير فقط، بل فى إدارات التوزيع والإعلان والمطابع والإدارة العامة حتى يكتسب خبرة ويفهم كيف يدور العمل فى المجلة.

ويتوقف حجم محررى المجلة، أو عدد العاملين فى جهازها التحريرى، وتنوع اختصاصاتهم على نوع المجلة وتخصصها وكذلك دورية صدورها وهناك قاعدة صحفية أصبحت بديهية الآن فى عالم المجلة تقول: أن "هناك تناسبا عكسيا بين عدد المحررين ودرجة تخصص المجلة، فكلما اتجهت المجلة إلى التخصص، قل عدد محرريها من أعضاء الجهاز التحريرى، وزاد عدد الكتاب الخارجيين (الأحرار أو المصاحفين)، وكلما اتجهت المجلة إلى المضمون العام زاد عدد محرريها، وقل عدد الكتاب الخارجيين الذين تعتمد عليهم كمصادر للمواد التحريرية فيها.

فمجلة العربى(*) الكويتية على سبيل المثال كمجلة شبه عامة تعتمد على مزيج من مقالات واستطلاعات وأبواب ثابتة لمحرريها وكتابها، ومساهمات المصاحفين من الخارج، لذلك نجد جهازها التحريرى يتكون من عدة أفراد هم: رئيس التحرير، ونائبه، المشرف الفنى، سكرتير التحرير، مدير التحرير، وثلاثة محررين، وبعض المصورين التابعين لوزارة الإعلام الكويتية التى تصدر المجلة.

أما الطبعة العربية من الـ Reader's Digest(**) التى كانت تصدر فى الماضى عن دار أخبار اليوم فيضم جهازها التحريرى: رئيس التحرير (الطبعة العربية)، وسكرتيرا للتحرير وسكرتيرة إدارية، ومترجمين من الخارج، بحكم اعتمادها على المترجمات.

ومجلة "صباح الخير"(*) المصرية، مجلة عامة تتوجه للشباب أساسا، نجد جهازها التحريرى يضم رئيسا للتحرير ومديرا للتحرير، ومشرفا فنيا، ومستشارا فنيا، وسكرتيرا وعشرات المحررين والمندوبين والمراجعين.

ودورية شديدة التخصص مثل Journalism-Quarterly يضم جهازها التحريرى عدة أشخاص هم: رئيس التحرير، ورئيس التحرير المساعد، ومحررو الأقسام الأربعة، ومهمتهم تجهيز المقالات والبحوث وعرض الكتب التى يعدها كتاب من الخارج (مصاحفون)، ولها مجلس استشارى من 30 عضوا .

ومجلة أدبية مثل Kenyon-Review يضم جهازها التحريرى ثلاثة أفراد هم: رئيس التحرير، ومدير التحرير، ونائب رئيس التحرير.

(*) العربى: مجلة شهرية ثقافية عامة صدرت عن وزارة الإعلام الكويتية سنة 1960، وكان المرحوم الدكتور أحمد زكى أول رئيس لتحريرها.

(**) الطبعة العربية: كانت تصدر باسم المختار من الريدارز دايجست، منذ الحرب العالمية الثانية عام 1939 حتى 1967 وتولى رئاسة تحريرها فؤاد صروف، ثم محمد زكى عبد القادر، وأخيراً كمال عبد الرؤوف.

(*) صباح الخير: مجلة أسبوعية مصرية عامة تتوجه إلى الشباب صدرت عام 1956 عن دار روزاليوسف، ويرأس تحريرها الآن رشاد كامل.

ومجلة شبه متخصصة في الشئون الهندسية هى Weastes-Engineering يضم جهازها التحريرى عشرة أفراد فقط هم رئيس التحرير، ومستشاره، ومدير التحرير، ومساعد لرئيس التحرير، وستة محررين، ومجلس استشارى من 18 عضوا .

الجهاز التحريرى للمجلة العامة:

يضم الجهاز التحريرى للمجلة العامة عدداً كبيراً من المحررين، بحكم اعتمادها الأساسى عليهم فى إعداد مواد المجلة المختلفة، إلى جانب استكتاب بعض المصاحفين. وفى العادة يضم هذا الجهاز فى داخله: رئيسا للتحرير، ومجموعة من معاونى رئيس التحرير ومساعديه ونوابه قد يكونون (مدير التحرير – مساعد رئيس التحرير – نائب رئيس التحرير – رئيس التحرير التنفيذى – رئيس التحرير المساعد – رئيس تحرير الطبعة الخارجية) وتختلف تسميتهم من مجلة إلى أخرى، وكذلك عددهم، ومشرفاً فنياً، وسكرتيرا للتحرير، وكبيرا للمراجعين، وكبيرا للمصورين، ومحررا للصورة، ومحررا للمعلومات، ورؤساء الأقسام، أو مسئولى الأبواب، ومسئولى المكاتب الخارجية أو المراسلين (إن كانت إمكانياتها تسمح بوجود مراسلين خارجيين)، ومحررين، ومندوبين، ومراجعين، ومصورين، ورسامين، وخطاطين.

رئيس التحرير:

هو المسئول الأول عن تحرير المجلة، والشخصية المركزية، والقوة النشطة، فى جهازها التحرير، البعض يصفه بأنه مدير، قائد، كابتن، سيد، كل تقاليد الرئاسة تسكن معه، وقد يكسب رئيس قسم الإعلان أكثر منه بكثير، ولكنه لا يملك مكانته واحترامه كرئيس لجهاز التحرير، والشخص الوحيد الذى يعلوه فى الدرجة داخل المجلة هو مالكها أو ناشرها The Publisher.

نظرة إلى تاريخ المجلة فى العالم، نجد أن كل مجلة – عكس الجريدة – ترتبط باسم رئيس تحرير ناجح وبارز.

فمجلة The-Outlook الأمريكية ترتبط ب أ. بوث، و Mercury تعرف باسم مينشين لاود، وLadies-Home-Journal باسم ادوارد بوك وMoolure سميت باسم صاحبها ورئيس تحريرها مايك كلور، وThe-Nation ترتبط بالأمريكين وويلورد، وThe Post ترتبط باسم لوريمر، وHarper's باسم بادنا ولما شناير، وTime هنرى ر. روسي، وMocall's بهربرت ر. مايز، و Vanity Fair بفرانك كرونيشيلد.

كان هؤلاء من المع رؤساء التحرير في المجلات الأمريكية في بداياتها الأولى، وكانوا شخصيات عامة، بارزة، كتابا، أدباء، قصاصين، نقادا، شعراء، وفي مصر نجد "روضة المدارس" ترتبط برفاعة رافع الطهطاوى، و"يعسوب الطب" بعلى البقلى، و"الرسالة" باسم أحمد حسن الزيات، و"أبو للو" باسم أحمد زكى أبو شادى، وبمرور الوقت تختفى الشخصية العامة لرئيس التحرير، الأديب أو الشاعر أو الناقد أو القصاص، ويصبح أقل لمعانا وبروزا في المجتمع، وتظهر شخصية رئيس التحرير الصحفى المحترف، ومع ذلك تظل المجلة مرتبطة باسم رئيس تحريرها، فنجد في منتصف هذا القرن، أسماء بارزة في تاريخ المجلة الأمريكية لصحفيين مثل: جون فيشر رئيس تحرير Harper's، وأوزبورن البرت رئيس تحرير Newsweek ، ودى ويت والاس وليلا أسيشون مؤسسا مجلة The Reader's Digest ولواد "هـ" نيكولس رئيس تحرير Good House Keeping.

وفي مصر: ارتبطت اللطائف المصورة باسكندر مكاريوس، والكشكول بسليمان فوزى، وروز اليوسف بالسيدة فاطمة اليوسف ومحمد التابعى، والمصور بفكرى أباظة، والهلال بجرجى زيدان، وآخر ساعة و"الجيل" و"هى": بعلى ومصطفى أمين، وحواء بأمينة السعيد، والفكر المعاصر بالدكتور زكى نجيب محمود، والطليعة بلطفى الخولى، وأكتوبر ارتبطت باسم رئيس تحريرها الأول أنيس منصور.

ومع تطور نوعية رئيس التحرير، من أديب وكاتب أو شاعر أو قصاص كان يتولى في الماضى كتابة معظم صفحات المجلة، ويديرها، بحكم قلة عدد المحررين واهتمامات القراء المحدودة والتوزيع المتواضع، إلى شخص مسئول عن توجيه المجلة

وإدارتها، ذى مسئوليات كثيرة لم تعد تعطى له الفرصة ليكتب كثيرا كما كان يحدث فى الماضى، بل أصبحت مهمته الآن ان يدع الآخرين يحررون ويوجههم لذلك ويراقب أسلوب التنفيذ، لم يعد رئيس التحرير مجرد كاتب، بل أصبح مزيجا من منفذ للتحرير، ورجل أعمال، وفنان طباعى، وخبير إدارة.

وظائف رئيس التحرير:

تتنوع وفقا لحجم المجلة، وعدد محرريها، وتوزيعها، فالمجلة الصغيرة يقوم رئيس تحريرها بمعظم مسئوليات إدارة الجهاز التحريرى ولا يحتاج إلى معاونين له، فى حين يحتاج فى المجلة العامة الجماهيرية ذات التوزيع الضخم إلى أكثر من معاون: ويقسم البعض وظائف رئيس التحرير فى المجلة العامة إلى خمس:

الوظيفة الأولى اقتصادية:

وتبدو فى تحكمه فى أسلوب شراء مقالات المصاحفين، وأعمال المصورين أو الرسامين، والتعاقد مع الوكالات، وتقرير المكافآت والمرتبات والخصومات والجزاءات، ويحدد عدد النسخ المطبوعة، ويستشار فى رفع سعر الإعلان، أو زيادة الإشتراكات.

الوظيفة الثانية تتعلق بالرأى العام:

وتتعلق بتحليل اتجاهات الرأى العام نحو مجلته: رأى القراء والمنافسين والمسئولين ورؤساء التحرير الآخرين، وأخطر ما يشرف عليه ويديره ويطلع عليه باستمرار هو تقارير بحوث أو استطلاعات الرأى العام، رسائل القراء الخاصة به، أو التى ترد إلى المجلة، كأنها تقارير إنتاج يتلقاها مدير أحد المصانع.

الوظيفة الثالثة التوجيه فى النواحى الفنية الصحفية:

وتبدأ مع تقرير أو تنفيذ صيغتها أو نمطها، فيقترح أفكار الموضوعات المكتوبة أو المصورة، وقد يقترح أيضا أساليب المعالجة، ان لم يأمر بها، ويحدد بمفرده أو مع

آخرين السياسة التي سوف تتبعها المجلة في المسائل العامة، ثم يشرف بعد ذلك على العمليات الفنية الأخرى في المجلة، وكلما كانت المجلة كبيرة، قلت العمليات الفنية التي يؤديها رئيس التحرير أو يشارك فيها (إلا إذا كان من النوع الدكتاتوري الذي يفوض شخصيته على العاملين معه أو يحتفظ لنفسه بالصفحات المهمة).

وهذه العمليات أو النواحي الفنية تشمل: تحرير الموضوعات، تحديد شكل الصور وأسلوب اخراجها، وكتابة التعليق أو الكلام المصاحب لها، الموافقة على تبويب المجلة ووضع الجدول الزمني للتنفيذ، وتصميم المجلة، ورسم الماكيت، وقراءة البروفات، والموافقة على بروفة المطبعة الأخيرة.

الوظيفة الرابعة الكتابة:

وهذه الوظيفة تختلف حسب حجم المجلة وعدد محرريها، ففي المجلة الصغيرة قد يكتب عمودا شخصيا وأكثر من موضوع، ويرد على رسائل القراء.

أما في المجلة الجماهيرية العامة الكبيرة: فقد يكتب الافتتاحية، أو يضع خطوطها العامة ليكتبها غيره ويراجعها.

وإلى جانب الكتابة في المجلة، يكتب عنها أيضا من ذلك: كتابة خطابات الترويج إلى المعلنين، النص الإعلاني الذي سيظهر عن عددها الجديد، والمقالات التي تنشر عنها في المطبوعات المهنية؛ مقالات وقصص اخبارية عن الموضوعات غير العادية التي حققت المجلة فيها سبقا على غيرها وكيف تم هذا؟ وعن التغييرات الجديدة التي ستحدث في المجلة.

الوظيفة الخامسة: العلاقات العامة:

وتتعلق بالدور الذي يلعبه رئيس تحرير المجلة في تطوير صورة المجلة وتحسينها أمام الرأي العام: وتبدأ بالتفاوض مع الكتاب الخارجيين (المصاحفين)، والاشتراك في أوجه النشاط العامة والمهنية ، فرؤساء التحرير الآن يظهرون في المؤتمرات العامة،

ويلقون خطبا فى تجمعات جماهيرية، وهم أعضاء فى لجان كثيرة، أو جمعيات أو اتحادات تتصل بتخصص مجلاتهم وبذلك يعطون صورة ذهنية جيدة عن مجلتهم من خلال الصورة التى تتكون عنهم(*).

وهناك نوعان من رؤساء التحرير:

النوع الأول: يرى فى فرض شخصيته على العاملين معه الوسيلة التى تضمن سلامة العمل، ويرى الاستاذ جلال الدين الحمامصى أن هذا "قد يكون صالحا فى بعض الحالات ولكنه ليس كذلك فى كل الحالات، لأن النتيجة الحتمية لهذا التصرف، هى انعدام الوزن الصحفى والشخصى فى أفراد الجهاز التحريرى، وتحويلهم إلى "بالونات، يمسك رؤساء التحرير بخيوطها".

فى الحالات التى يرد فيها رئيس التحرير أن يعتبر نفسه شخصا، لا يمكن للصحيفة الاستغناء عنه، يحول الأجهزة العاملة، بوسائل متعددة، إلى آلات تتحرك وفقا لتعليمات يصدرها إليهم، ولا يجوز الخروج عنها مهما تكن الظروف، وهذه الوسائل تؤدى فى النهاية إلى غياب العناصر المفكرة والمبتكرة والتى تحول الصحيفة إلى مادة حية ناطقة معبرة بكل أحاسيس الجماهير، أنها وسيلة قاتلة لروح الابتكار، وحاسة تحريك المجموعة الصحفية العاملة بالمجلة، وللحركة المتجددة التى لا تخضع لروتين مرسوم، ولا خضوع فيها لفكرة معينة ثابتة لا تتغير، وبالإجمال فإنها عملية جمود ووقوف بلا رغبة فى الانطلاق.

وتتسم تصرفات هذا النوع من رؤساء التحرير بالأنانية القاتلة، لا بالنسبة للأفراد العاملين بالمجلة فقط، بل هى عملية قتل للمجلة نفسها، إذ أن مسألة الاستغناء أو عدم الاستغناء عن شخص ما، هى عملية نسبية، وإذا قدر لرئيس من هؤلاء الرؤساء أن

(*) من النماذج المصرية المعاصرة البارزة لرؤساء التحرير الناجحين فى صحافة المجلة – الراحل صلاح جلال الذى كان رئيس القسم العلمى بجريدة الأهرام ورئيس تحرير مجلة "الشباب وعلوم المستقبل" فقد كان رحمة الله عليه داعياً للفكر والثقافة العلمية، وكان عضواً مؤسساً ويشغل أكثر من منصب فى أندية ومؤتمرات وجمعيات علمية داخل مصر وخارجها.

يترك عمله أو أن يرغم على ذلك تحت أى ظرف من الظروف، فإنــه يتــرك وراءه فراغا ينعكس أثره السيىء على الصحيفة نفسها، وعلى العاملين بها، لا نقــول أنــه يصعب ملئه، بل يحتاج إلى وقت لشغله بمن يستطيع جمع هذا الشتات الممــزق مــن الكفاءات الضائعة، التائهة.

والنوع الثاني: من رؤساء التحرير، هو "الذى يلعب فيه رئــيس التحريــر دور الخلاق للأفكار والذى يدفع بالكفاءات إلى الصفوف الأولى، ويترك لها المجال الحــر للانطلاق، بأفكارها وكفاءاتها بغير حدود، ووفقا لسياسة الصحيفة والمكــسب هنــا لا ينعكس على المهنة ذاتها بل هو تدعيم قوى لأجهزة المجلة بحيث يمكن أن تمضى فى أداء عملها وتحقيق رسالتها في كل الظروف، سواء كان رئيس التحرير قائما بالعمــل أو متغيبا ، ولعل هذه المهمة هي واحدة من المهام الرئيسية لمن يصل عن كفاءة إلــى منصب رئيس التحرير: فمهام رئيس التحرير الناجح فى نظر الأستاذ جلال الحمامصى "ليست مقصورة على أن يشرف على اخراج صحيفة نموذجية فحسب، بل أن عليه أن يفتح الطريق واسعا ، لكى تجد الكفاءة مجالها الفسيح فى الصفوف الأولــى والثانيــة، ليست مهمته إنتاج الأنباء فقط، بل أن مهمته إنتاج أولئك الذين يــسعون وراء الأنبــاء الصادقة، الأفكار النبيلة، والدفاع عن الحق والرسالة الصحفية بلا خوف أو تردد".

معاونو رئيس التحرير:

ويسميهم البعض رؤساء التحرير Editors تمييزاً لهم عن رئيس التحرير الــذى يسمى رئيس التحرير (العام أو الأعلى) Chief editor وهم التالون لرئيس التحريــر فى المسئولية، ومعاونيه، ويتوقف نجاح رئيس التحرير فى عمله على حسن اختيــاره لمعاونيه، وتحديد اختصاصاتهم، ثم إعطائهم حرية وفقاً لهذه التخصصات مع الحرص على أن يكون لكل منهم حرية التصرف وفقاً للسياسة العامة للمجلة، ولما يتطلبه الحدث الصحفي، لا وفقا لما يمكن أن يكون عليه تصرف رئيس التحرير شخصيا فقط.

وهم فى المجلة مختلفو الأسماء، والمناصب، ولكنهم جميعا يعاونون رئيس التحرير فى أداء عمله وهم: مدير التحرير - مساعد رئيس التحرير - نائب رئيس التحرير - رئيس التحرير التنفيذى - رئيس التحرير المساعد - رئيس تحرير الطبعة الخارجية، وكل مجلة تطلق على معاونى رئيس تحريرها الاسم الذى يناسب طبيعة عملها، وقد يوجد هؤلاء كلهم فى مجلة واحدة، وأيا كان عددهم أو الأسماء التى تطلق عليهم فوظيفتهم هى:

1- تنفيذ تعليمات رئيس التحرير الأسبوعية أو الشهرية وتوجيهاته (حسب دورية صدور المجلة).

2- الاشراف على عمل الأقسام المختلفة.

3- أداء وظائف رئيس التحرير المختلفة فى حالة غيابه.

4- انهم حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبين باقى أقسام المجلة.

5- حل المشاكل التنفيذية التى قد تعترض العمل اليومى لمحررى المجلة.

6- إدارة اجتماعات جهاز التحرير فى غياب رئيس التحرير أو فى وجوده.

7- حضور بعض المناسبات أو أداء بعض المهمات أو تمثيل المجلة فى أوقات معينة بتفويض من رئيس التحرير أو نيابة عنه.

8- الإشراف على قطاع معين من قطاعات التحرير، أو مرحلة من مراحله، أى أن أحد المعاونين يشرف على التحرير، وآخر على المطابع، وثالث على المواد المصورة (الصور والرسوم بما فيها قسم التصوير الفوتوغرافى والرسامون)، ورابع على قسم المعلومات والبحوث ورسائل المراسلين، وخامس يتولى الشئون الإدارية.

وأكثر الألقاب التى تطلق على معاونى رئيس التحرير شيوعا هى: مدير التحرير Managing editor، ومساعد رئيس التحرير Assistant editor، ونائب رئيس التحرير Subeditor، المشرف الفنى أو المدير الفنى Art director.

وفى بعض المجلات هناك وظيفة محرر الإنتاج Production editor، أو المصمم designer، وتتعلق مهمته بوضع "استراتيجية فنية" أو "التصميم العام للمجلة"، أو اتخاذ القرارات الفنية الأساسية بشكل عام وتطبيقاتها فى كل عدد، فهو يحدد المساحة التى ستعطى لكل موضوع وأسلوب اخراجه، والصور والرسوم المستعملة والألوان ويشرف على توزيع المواد على صفحات المجلة المختلفة بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه.

وهو أساس لفنان تشكيلى، وخبير فى الألوان، ومصمم جيد، قبل أن يكون صحفيا محترفا، وهو شخصية لا توجد فى الجرائد، بل فى المجلات فقط، حيث يحتاج إخراج المجلة إلى توافر جانبين: الجانب الوظيفى والجانب الجمالى.

قسم الاخراج أو سكرتارية التحرير:

وهذا القسم هو المسئول عن تنفيذ التصميم الأساسى للمجلة، والتصور المبدئى الذى يضعه المدير الفنى بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه، ويطلق على العاملين فيه محررو الاخراج أو سكرتيرو التحرير أو المخرجون الصحفيون **وهم نوعان:**

المخرج الصحفى الفنى (سكرتير التحرير الفنى):

ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة، وفقا لرؤية المشرف أو المدير الفنى للمجلة إلى واقع تيبوغرافى: عناوين ومقدمات ومتن وصور ورسوم وجداول وألوان وعناوين فرعية و... و.... .

أنه يرسم الماكيت (Maquette) (التصميم المبدئى للمجلة) الذى تحدد فيه شكل المواد الصحفية، وتصل إليه المادة من كبير المراجعين عن طريق المدير الفنى مكتوبة

ومصورة، وبعد تحديد موقعها داخل المجلة، وداخل صفحاتها، وبعد رسم الماكيت ترسل المواد والماكيتات إلى أقسام الصف الآلى أو الاليكترونى، وبعدها إلى الأقسام الفنية للتنفيذ.

المخرج الصحفى المنفذ (سكرتير التحرير التنفيذى):

هو الشخص الذى يقوم بتنفيذ صفحات المجلة وفقا للماكيت، فى صالة المونتاج، ويقوم بمراجعة البروفات، وإجراء الاختصارات اللازمة.

كبار المحررين أو رؤساء الأقسام Senior Editors

وهم كبار محررو المجلة المتخصصون، كل فى مجال محدد، المحرر الاقتصادى مثلاً، أو المحرر الفنى، أو المحرر السياسى.. خاصة فى المجلة الجماهيرية العامة.

وهذا المحرر يكون فى الوقت نفسه كبيراً لمحررى قسم أو باب ثابت داخل المجلة، أو صفحة متخصصة، ويعمل تحت مسئوليته عدد من المحررين، أى أنه رئيساً للقسم.

ومهمة هذا المحرر المتخصص إعداد مواد القسم أو الباب الثابت أو الصفحة المتخصصة، وتوجيه محرريه، والإشراف على أى موضوع عام ينشر خارج نطاقه ويتصل بتخصصه، ويتابع الأحداث المهمة فى هذا المجال التى قد تكون موضوعا للغلاف فى عدد ما، ويعتبر رئيس التحرير داخل القسم أو الباب أو الصفحة المتخصصة التى يشرف عليها، وفى بعض الأحيان يكون له ركن أو عمود ثابت يوقعه بإمضائه. وقد يطلق عليه اسم: كبير المحررين، المحرر الـ....، ورئيس الـ....، محرر صفحة الـ....، أو محرر باب الـ.... .

كبير المراسلين Chief Correspondent:

ويعتبر في المجلات التى تهتم بالتغطية الخارجية ولها توزيع خارجي ضخم مثل المجلات الفرنسية والأمريكية العامة والاخبارية أقدم المراسلين وأكثرهم خبرة وتمكنا من عمله.

المحررون Editors:

وهم محررو أقسام المجلة المختلفة، وهم في المجلات العامة ذات التوزيع الضخم، والتبويب المنوع، يوزعون على التخصصات المختلفة، وفقا لأقسام أو أبواب المجلة المختلفة، وفي المجلات العامة الأقل توزيعا والأقل في عدد محرريها يعملون داخل أقسام المجلة كلها.

كتاب المجلة Staff Writers

وهم كبار الكتاب الذين يعملون في المجلة، ومهمتهم هي كتابة المقالات أو إجراء الأحاديث، أو عمل البحوث أو الدراسات، وذلك بانتظام، وكأعضاء ثابتين في الجهاز التحريرى للمجلة، وقد يكون هناك إلى جانبهم بعض الرسامين المحترفين.

الأقسام المشتركة أو المعاونة:

وهى مجموعة الأقسام التى تتعاون مع جهاز التحرير بأكمله - وهى جزء منه - في إعداد المادة الصحفية وتنسيقها قبل إرسالها إلى المطبعة **وهى:**

- **قسم التصوير الفوتوغرافي:** ويرأسه كبير المصورين ويعاونه محرر للصورة تكون مهمته اختيار الصور الجيدة وتحديد شكلها وكتابة التعليق المناسب لها.
- **قسم المعلومات والبحوث:** ويرأسه محرر المعلومات **ويضم داخله ثلاثة قطاعات:**

- **الأرشيف:** ويضم قصاصات وأفلام (ميكروفيلم) عن الموضوعات والأشخاص والقضايا والصور الفوتوغرافية، والكليشيهات، أو النيجاتيف للموضوعات، أو الأشخاص أو القضايا أو كلها جميعاً. وهو يعمل حاليا اليكترونيا .

- **المكتبة:** وتضم دوائر المعارف والأطالس والأدلة وأحدث الكتب والمراجع العلمية والمجلات والجرائد المحلية والأجنبية، وكل الأعداد التى صدرت من المجلة منذ عددها الأول.

- **البحوث:** يضم مجموعة من المحررين الباحثين يعدون البحوث والدراسات اللازمة التى يحتاجها التحرير ويطلبها رئيس التحرير أو معاونوه أو أحد رؤساء الأقسام، ومهمة هذا القسم هى تزويد المحررين بكل المعلومات والخلفيات التى يحتاجونها لاستكمال موضوعاتهم قبل النشر، ومراجعة الموضوعات قبل النشر وتدقيق المعلومات.

- **قسم المراجعة:** ويرأسه كبير المراجعين: Copy editor ويضم مجموعة من المراجعين الذين يتولون قراءة الموضوعات التى يرسلها إليهم رئيس التحرير أو معاونوه أو رؤساء الأقسام، ويشبه البعض المراجع بالآلة التى تقوم بقطع الماس فى دقة وعناية بحيث تحافظ عليه ولا تشوهه، بل انها قد تعطيه شكلاً أروع من شكله الأصلى، وقد يعدلون فى صياغة بعض الموضوعات، يحذفون منها أو يضيفون إليها، يكتبون عنواناً جديداً، يدمجون أكثر من موضوع معا ، ويخرجون بأكثر من موضوع واحد، وهم عصب المجلة لأنهم يحفظون توازن الأسلوب فيها ويجعلونه كله نغمة واحدة، بحيث يصبح للمجلة لهجة أو لغة موحدة، وهم لا يستطيعون أن يخلقوا موضوعا جيدا من مادة صحفية غير متكاملة أو مكتوبة بشكل ردئ ما ولكنهم يستطيعون أن يخرجوا موضوعا عظيما .من مادة أعدت بشكل جيد وتوفرت لها معلومات كثيرة، وكان عيبها الوحيد أنها كتبت بشكل ردئ فقط.

- **قسم التصحيح:** ويرأسه كبير المصححين Copy reader، ويضم مجموعة من المصححين مهمتهم مراجعة الموضوعات بعد جمعها (وبعض المجلات قبل الجمع) ثم بعد طبع بروفات الصفحات، قبل الطبع، والتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية.

- الكاتب الحر (المصاحف) Non-staff Writer (Freelancer)، الكاتب أو المصاحف Freelancer(*) هو شخص لا يعمل عضواً ثابتاً في جهاز تحرير المجلة، ولكن يكتب فيها، ويرتبط بها، ولا يلتزم بالعمل بها كوظيفة، وبشروطه، فهو رئيس تحرير نفسه، يعمل عندما يرغب في العمل ويضع خططه ويمارس مسئولياته بنفسه.

وتعتمد المجلات على المصاحفين أكثر من اعتماد الجرائد عليهم، بحكم أن الجرائد تعتمد على التغطية الإخبارية المنتظمة من طاقمها التحريري أو من وكالات الأنباء وغيرها من المصادر، أما المجلات فموادها أكثر تنوعا ولديها وقت أطول، ويمكنها أن توظفهم حسب خططها طويلة الأجل، بشكل منتظم، وتستفيد من تخصصاتهم المختلفة المنوعة والتي تسد حاجات لا يؤديها أعضاء طاقمها التحريري.

وتنتشر ظاهرة المصاحفة، أو الكتابة للجرائد والمجلات من الخارج، في الدول الكبرى، التي يصدر فيها عدد ضخم من الجرائد والمجلات، خاصة المجلات الجماهيرية العامة، والمجلات ذات التخصص الدقيق حيث يلعب المصاحف هنا الدور الأكبر والأهم ويعتمد عليه بشكل أساسي.

وبعض هؤلاء المصاحفين قد يكونون كتابا محترفين متفرغين لعملية المصاحفة، ولا يرتبطون بمجلة معينة، وبعضهم يعمل في وسائل إعلامية أخرى، محررين أو مذيعين أو رجال علاقات عامة، وبعضهم يمارس أعمالا أخرى لا علاقة لها بالكتابة.

وبعض المصاحفين يتصل برئيس التحرير مباشرة، أو عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع Querry letter، أو عن طريق وكالة معينة تسوق أعماله Syndicate، أو وكيل خاص به Agent، وإذا ما تلقى الموافقة، يكتب موضوعه

(*) Freelancer كلمة انجليزية تعود أصلها الأولى إلى الحياة العسكرية، حيث كانت تطلق على الشخص المحارب، أو الفارس الذي يبيع قوته وقدرته على القتال إلى الملوك أو القادة الحربيين (العسكريين)، ولكن في عصرنا الحالي أصبحت تطلق على الشخص غير المرتبط، والذي لا يخضع لسلطة، مثل الكاتب.

ويرسله هو أو الوكالة أو الوكيل إلى رئيس تحرير المجلة، وعادة ما تحصل الوكالة على عمولة Commission، نظير تسويق المواد التى ينتجها المصاحفون.

المصاحفة الناجحة:

ينصح خبراء الصحافة وأساتذتها، وكبار الصحفيين، المصاحف المبتدئ بإتباع أربع خطوات، لكى ينجح فى عمله وهى:

الخطوة الأولى: دراسة السوق بعناية:

وذلك عن طريق فحص المجال الذى ينوى الكتابة ودراسته، فهو يستطيع بسهولة أن يجد أسواقاً مفتوحة معينة لكتاباته، وعليه أن يقرأ - وهذا يسير فى الخارج - أدلة المجلات والجرائد، ويحلل اتجاهاتها والمقالات التى تتطلبها، ويختار نمطاً منها ويبدأ فى دراسة أسلوب كتابته، وطول مقالاته، ووجهة نظر المجلة فى القضايا العامة، ويتم ذلك بقراءة أكثر من عدد من أعداد المجلة.

الخطوة الثانية: إقامة صلات جيدة:

فالمفاتيح الجيدة للمصاحفة الناجحة تكمن فى إقامة صلات قوية ومستمرة ووثيقة مع رؤساء التحرير والوكالات ووكلاء الناشرين، أى القوى المؤثرة فى سوق النشر.

الخطوة الثالثة: وضع الأفكار الجيدة وكتابتها:

ويتم ذلك بعد دراسة المجلات الموجودة، والأفكار التى عالجتها والتى لم تعالجها، وتأتى من أكثر من مصدر: الملاحظة، القراءات المختلفة، قراءة المجلة نفسها، ثم يصل إلى معالجة جيدة لفكرته فى أسلوب قوى مؤثر ومناسب للمجلة.

الخطوة الرابعة: التنفيذ (وصول الموضوع إلى المجلة):

وهو هنا تسليم الموضوع إلى المجلة التى يتعامل المصاحف معها، ولكن عليه قبل أن يقدم الموضوع إلى المجلة بعد صياغته أن **يتأكد:**

1- أنه لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها فى موضوع آخر فى تلك المجلة خلال السنوات الأخيرة، لذلك تبدو استشارة رئيس التحرير مسألة مهمة.

2- أن لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها عدة مرات فى مجلات أخرى، وإذا حدث ذلك فينبغي أن يكون له معالجة أخرى ومعلومات حديثة، ورؤية مختلفة.

3- أن عنوان الموضوع، وفقرة المقدمة قد تم العناية بها بالدرجة التى تستطيع جذب انتباه رئيس التحرير، وتجعله يريد أن يقرأ ما فى داخل الموضوع.

4- أنه قد جهز مخطوط الموضوع، بشكل يتفق مع القواعد الشائعة فى دور الصحف، وينصح بكتابة المقالات والدراسات على الكمبيوتر وتحميلها على ديسك أو CD. وارساله إلى المجلة.

5- إن هناك مواد مصورة مرفقة أو اقتراح لمواد مصورة مناسبة تصاحب الموضوع، إذا كانت المواد المصورة غير متاحة.

6- انه وضعه فى مظروف مسطح Mailed Flat غير مدور، ويصحبه طابع بريد لإعادته إلى المراسل.

7- الاحتفاظ بنسخة من المقال مطبوعة أو مخزنة داخل ذاكرة الكمبيوتر حتى يمكن التغلب على مشكلة فقدان المقال فى البريد.

والآن... كيف يسير دولاب العمل داخل الجهاز التحريرى لمجلة أسبوعية عامة (جماهيرية) **على سبيل المثال:**

1- يجتمع رئيس التحرير ومعاونوه ورؤساء الأقسام لتقويم العدد الذى صدر، والتخطيط للعدد الجديد.

2- تجتمع الأقسام المختلفة لكى تناقش العدد وتقومه، وتخطط للعدد الجديد، ويقترح المحررون الموضوعات، ويوافق عليها، ويتم تكليفهم بموضوعات أخرى.

3- قد يكلف المحررون بموضوعات أخرى خلال الأسبوع غيرما أتفق عليه مع مسئول القسم أو رئيس التحرير، وذلك وفقا لتطور الأحداث.

4- ينفذ المحررون الموضوعات ويجهزونها للنشر، بعد تزويدها بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم وهنا تبدأ نسخة الموضوع Copy، فى التحرك حتى يتم طبع المجلة.

- يقوم المحرر بتسليم الموضوع إلى المحرر المسئول عن الباب أو القسم أو الصفحة المتخصصة.
- يقرأ المحرر المسئول الموضوع، وإذا كان لديه ملاحظات يوجه المحرر لتنفيذها.
- أما إذا وافق عليه كما هو، يرسل إلى المشرف الفنى، وإذا احتاج إلى مراجعة فى صياغته يرسل إلى كبير المراجعين فى قسم المراجعة، وبعد إعادة صياغته يعود إلى أحد معاونى رئيس التحرير، الذى يرسله إلى قسم المعلومات لمراجعته من ناحية المعلومات، ويعد إليه مرة أخرى ثم يقوم معاون رئيس التحرير بتسليمه إلى المشرف الفنى الذى يحدد المساحة التى سيشغلها وأسلوب إخراجه، ويسلمه إلى المخرج الصحفى (الفنى) الذى يقوم برسم الماكيت ويحدد شكل الموضوع على الصفحة ويرسل المواد المكتوبة إلى قسم الصنف الاليكترونى.
- فى صالة الصف، وبعدها صالة المونتاج يشرف المخرج الصحفى (المنفذ) على توضيب المجلة.
- ترسل البروفات إلى قسم التصحيح ليراجعها المصححون مطبعيا قبل الطبع، ثم ترسل البروفات إلى المطبعة لتنفيذ التصحيح، ثم تأتى البروفات النهائية إلى قسم التصحيح مرة أخرى، لتراجع، ثم ترسل البروفة النهائية إلى المشرف الفنى ليراجعها فنياً، ولرئيس التحرير أو أحد معاونيه لمواصلة خطوات تنفيذ المجلة بعد ذلك حتى إعطاء أمر الطبع، وتطبع المجلة.

3- المستقبل: قارئ المجلة

المستقبل، هو القارئ، أو الهدف النهائي لكل عملية التحرير الصحفي في المجلة، حيث تصل إليه الرسالة (المضمون) من المرسل (المحرر)، في شكل معين، ومن مجموع القراء يتكون جمهور المجلة وهو أهم متغير في عملية الاتصال، فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال (المرسل أو محرر المجلة هنا) فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصه الأولية، فسوف يحد ذلك من مقدرته على الوصول إليه واقناعه مهما تكن الرسالة مصممة تصميما جيدا، ومهما يحسن اختيار المحرر الشكل الصحفي.

ولذلك فعلى المرسل (المحرر) في المجلة، أيا كانت وظيفته – إذا أراد أن يحقق غرضه الأساسي، وهو بالطبع، أن تتفق رسالته مع اهتمامات جمهوره، وتؤثر فيهم بالشكل الذي خطط له، أن يحدد قبل كل شيء جمهوره، ويتفهم احتياجاته ومصالحه وتطلعاته، ثم يحاول ربط رسالته الاتصالية بهذه العوامل، ذلك أنه ما لم يفكر محرر المجلة بعقلية الشخص أو الأشخاص الذين يحاول التأثير فيهم فرسالته لن تتغلغل بعقلية الشخص أو الأشخاص الذين يحاول التأثير فيهم، ويصب نتاجه خارج الإطار المطلوب بعيداً عن تفكير جمهوره ومفاهيمه وعاداته الاتصالية ومخالفا لآماله ومخاوفه.

ويتسم جمهور المجلة بشكل عام، بأنه محدد ومتخصص في جماعات معينة فكرية، أو عرقية، أو عمّرية، حسب تخصص المجلات، بعكس الجمهور العام للجرائد، ويترتب على ذلك وجود نوع من التجانس بين أفراده مما يسهل مهمة المحرر في تحديد هدفه، كذلك فهو جمهور منتقى ويقرأ المجلة على مهل at leisure لفترة قد تمتد أسبوعاً في حالة المجلة الأسبوعية – مثلا – لذلك نجده يهتم بأسلوب الكاتب وروحه ومذاق كلماته إلى جانب فكرة موضوعه، أي أنه يهتم بالشكل إلى جانب الموضوع أو المضمون، ويرى البعض أن جمهور المجلة، يكون أكثر تخصصا من جمهور الجريدة في مجال معين، وأكثر ثقافة، ويرى هؤلاء أن ثقافة جمهور الجرائد اليومية أفقية، في حين أن ثقافة جمهور المجلة رأسية متعمقة.

ويقسم البعض، جمهور المجلة، أو قرائها إلى ستة أنواع، وذلك من خلال الملاحظة الشخصية، والدراسات والبحوث التى أجريت على المجلة وقرائها فى الولايات المتحدة الأمريكية، والأنواع الستة هى:

النوع الأول: القارىء المحبط The Discomforted Reader

وسر احباط هذا القارىء أو تعاسته أنه لم يعد يستطيع أن يستخدم المجلة كوسيلة للهروب من واقع الحياة، أو أن هذه المجلة أو المجلات التى يقرأها قد سلكت طريقا آخر، جديدا ، فأحبطت بعض قرائها القدامى، وكسبت ولاء البعض الجديد وأفقدت البعض الصور البهيجة التى عاشت فى ذهنه فى الماضى، ليس فقط بسبب نوعية المادة المنشورة، ولكن بسبب أسلوب معالجتها لهذه المادة، مثل عرض الجوانب السلبية فى المجتمع، وقلة المساحة المخصصة لمن يطالب بالإصلاح الاجتماعى، ويزيد الأمر سوءا توسع المجلة فى عرض الأنباء السيئة والعنيفة مثل: الثورات والانقلابات والمظاهرات والجرائم الدموية.

النوع الثانى: القارئ فاقد الثقة أو سىء الظن

The Mistrustful Reader

وهو قارئ ليس هائج بطبعه، أو يعانى من اضطرابات عقلية، أنه فقط شخص شكاك، كثير القلق على ضميره الاجتماعى أكثر من قلقه على مصالحه الاقتصادية، فيضايقه كثيرا أن يجد فى بريده – وهذا يحدث له طوال العام – عروضا للاشتراك فى مجلات بأسعار أقل من المجلة التى يشترك فيها منذ مدة، ولم يحصل منها على أى فائدة رغم ولائه الطويل لها.

النوع الثالث: القارىء المنزعج The Annoyed Reader

وهذا النوع من القراء لا تزعجه عمليات البيع فى المجلة، أو وجهات النظر السياسية التى لا يرضى عنها، بل أن ما يزعجه هو أن سلوك غير سوى أو غير واضح تقوم به المجلة، مثل الكوبونات الإعلانية داخل العدد، ووضع الإعلانات

الصغيرة وسط أى مادة صحفية جذابة، ويضايقه صفحات الإعلان التـى تتنكـر فـى صورة مادة تحريرية.

النوع الرابع: القارئ المندهش The Bewildered Reader

وهو قارئ غير معقد، بل مندهش أو مرتبك فقط، يصاب بالدوار وهو يقرأ كـل يوم عن أخبار انهيار بعض المجلات وتوقفها عن الصدور، وميلاد مجـلات أخـرى، بدون أن يجد تفسيرا لذلك، هو إنسان فشل فى فهم العالم المحيط به، المتغير بـسرعة، فكل يوم تظهر مجلات جديدة وتختفى بعد فترة رغم أنها تحقق أرباحا ، أن عالم المجلة والصحافة بشكل عام، غير واضح بالنسبة له، مما يبعث عنده الحيرة والارتباك.

النوع الخامس: القارئ غير المكترث The Indifferent Reader

وهذا القارئ لا يقلق بسبب أخطاء المجلة، أو اختفائها، أو ظهورها أو اهتمامهـا بقضايا تافهة بدلا من القضايا الاجتماعية المهمة، فهو يعتبر المجلات مصادر للتسلية والإمتاع والترفيه، وليست مصدرا للثقافة أو الحصول على الرأى، أى أنهـا وسـيلة ترفيه تساهم فى شغل وقت الفراغ عندما لا يكون هناك شىء ممتع فـى التليفزيـون، لذلك نجد هذا النوع من القراء ينزعج من المقالات الفكرية العميقة، وقد تكون المجلات الجادة بالنسبة لهذا النوع مصدرا أو وسيلة للزينة أو لادعاء الثقافة.

النوع السادس: القارئ الراضى The Satisfied Reader

وهو قارئ شديد التحمس لمجلته، ويزيد من حماس جهازها التحريرى بسبب شدة حماسه وولائه، الذى يعبر عنه بشرائه للمجلة بانتظام ورسائله إلى المحرر، وهو فـى الوقت نفسه راضى عن النظام الاجتماعى للبلاد، ومحافظ بطبعه ولا يطالب بـالثورة ولا حتى بالتغيير.

ولفهم قارئ المجلة والتعرف على سمات جمهورها هناك أكثر من أسلوب. وأبسط هذه الأساليب وأكثرها شيوعا هو دراسة خطابات القراء وتحليلها. وتعد هذه الخطابات

خير تعبير عن اتجاهات الرأى العام نحو المجلة، وردود فعل قراء المجلة ودرجة ولائهم لها، وما يفضلونه وما يرفضونه فى المجلة، والأسلوب الثانى الأكثر تطوراً، والأشد تعقيداً وعلمية هو بحوث القراء.

بحوث القراء:

يمكن تعريف بحوث القراء بأنها: "دراسة الأشخاص الذين يشترون المجلات ويقرأونها، أو الذين تتوجه إليهم المجلات، وتهتم هذه البحوث بانتقاء القراء لمجلات معينة، وردود فعلهم تجاه محتوى هذه المجلات، ووقت، ومكان شراء هذه المجلات، وغيرها من السمات هؤلاء القراء من حيث السن والجنس ودرجة التعليم، المستوى الوظيفى وسمات، وقد تعرف هذه البحوث باسم بحوث جمهور وسائل الاتصال Audience Research، ويستفيد من هذه البحوث كل أقسام المجلة، فالجهاز التحريرى للمجلة يريد معرفة من يقرأ المجلة، وأى محتويات يفضل، وأى أسلوب يؤثر فيهم، ومن جهة أخرى ترغب إدارة الإعلان فى اكتشاف أى نمط من النصوص الإعلانية يكون أكثر تأثيراً، لاكتشاف سر تفضيل المعلنين لمجلة عن أخرى، وإدارة التوزيع تستفيد منها فى تفسير الارتفاع أو الانخفاض المفاجئ في أرقام التوزيع. ويلاحظ أن الدافع لإجراء هذه البحوث عادة ما يكون اقتصاديا وترويجيا وتوزيعيا وإعلانيا، وتعدها عادة إدارة الإعلان فى المجلة، باعتبار البحوث نشاطا له عائد اقتصادى، لذلك نجدها تركز منذ بداياتها الأولى وحتى الآن على البحوث التى تتعلق بالتسويق: لماذا يفضل الجمهور مثلا علامة تجارية على غيرها، ممارسات الجمهور الشرائية، السلع التى يشتريها القراء، والتى يتوقع شرائها، والوضع الاقتصادى لهم.

تقنيات بحوث الشراء:

هناك أكثر من تقنية Technique، لإجراء هذه البحوث منها **على سبيل المثال:**

- الاستقصاءات المرسلة بالبريد إلى المشتركين:

Mailed Questionaires to Subscribers

- عمل دراسات مسحية لممارسات القراء:

Making Reader traffic surveys

- استعمال مرايا ذات رؤية من اتجاه واحد:

One Oway vision mirrors

بواسطة بعض الباحثين لملاحظة كيفية قراءة المجلة، وأسلوب القارىء في ذلـك، بدون الإعلان عن ذلك.

- عمل دراسات مسحية لجماعات ضابطة من القراء

Conducting surveys of controlled groups of readers

وهي دراسة تجريبية تعتمد على تعريض الجمهور لمواد تجريبيــة أو محتــوى منشور، ثم توجيه أسئلة إليه من خلال استبيان مطبوع.

من يعد بحوث القراء؟

في بعض المجلات الكبرى تكون هناك أقسام خاصــة للبحــوث، أو للتنميــة أو للترويج ضمن أقسام المؤسسة الصحفية التي تصدر المجلة، أما المجلات الأقــل فــي الحجم أو التي لا تسمح لها مواردها المالية بوجود هذه الأقسام قد تعهد بها إلــى قــسم للبحوث في إدارة التوزيع أو الإعلان، وقد يعهد بها إلى مكتب أو هيئــة أو وكالــة أو مركز للبحوث التسويقية، أو لبحوث استطلاع الرأي العام، أو وكالــة إعــلان، أو أي جهة بحثية أو استشارية قد تتخصص في ذلك.

بحوث القراء في مصر:

لم تهتم المجلات المصرية حتى الآن بإنشاء أقسام للبحوث تتبع الجهاز التحريري، أو تستقل بنفسها داخل المؤسسة التي تصدر عنها المجلة، بل هي أقسام للبحوث التــي تتعلق بالتوزيع أو الإعلان داخل إدارة التوزيع أو الإعلان، وهذه الأقسام المتخصصة في البحوث لا تتعدى مهمتها التنبوء بأرقام التوزيع المتوقعة للمجلة أو لمنافـسيها، أو

التخطيط للحملات الإعلانية، أو توزيع مخصصات حملة ما بالتشاور مع إدارة الإعلانات بالمجلة، ولا تقوم ببحوث عن اهتمامات قرائها.

لذلك تعهد المجلات المصرية وكذلك الجرائد المصرية العامة - إلى جهات بحثية خارجية بإجراء هذه البحوث لحسابها، وقد تكون هذه الجهات داخل مصر، أو خارجها.

خلاصة الوحدة الثامنة

تناولت هذه الوحدة عملية تحرير المجلة باعتبارها عملية تحويل المادة المكتوبة والمصورة والمرسومة إلى شكل صحفى يناسب قراء المجلة تتضمن أربعة أطراف هى: المضمون (ماذا قالت المجلة) والمرسل (من قال ذلك) والجمهور (لمن) والشكل (كيف قيل؟).

وعرضت الوحدة لشروط نجاح الرسالة من خلال المضمون المقدم كما تناولت مصادر موضوعات المجلة (الداخلية، الخارجية) وناقشت تكوين الجهاز التحريرى بالمجلة العامة (رئيس التحرير ووظائفه، معاونو رئيس التحرير، قسم الإخراج وسكرتارية التحرير، المراسلون، المحررون، كتاب المجلة، الأقسام المعاونة، المصاحفون وخطوات عملية المصاحفة).

وناقشت الوحدة أيضا لأنماط قراء المجلة (القارئ المحبط، القارئ فاقد الثقة أو سيء الظن، القارئ المنزعج، القارئ المندهش، القارئ غير المكترث، القارئ الراضى).

واختتمت الوحدة بالحديث عن بحوث القراء وأهميتها وتقنيات بحوث الشراء ومن يعد بحوث القراء، مع إشارة سريعة حول وضع بحوث القراء فى مصر.

أسئلـــة وتطبيقـات الوحــدة الثامنــة

1- قارن بين المفاهيم التالية مع تقديم نموذج تطبيقى:

- المجلة العامة والمجلة المتخصصة.
- المصادر الداخلية والخارجية لموضوعات المجلة.
- كتاب المجلة، المصاحفون.
- قسم المعلومات والبحوث، قسم المراجعة كقسمين من الأقسام المعاونة بالمجلة.
- القارئ المحبط والقارئ غير المكترث للمجلة.

2- أكمل ما يلى:

- يمكن الحكم على مضمون المجلة نجاحا أو فـشلا مــن خــلال: .... و................و............... ولذلك هناك شروط ينبغى مراعاتهــا عنــد صـــياغة المضمون هى .... و.................. و.................. .
- لرئيس تحرير المجلة عدة وظــائف هـــى .... و.................... و.............. و.................ونعنى بها ....ووظيفة .... ورئيس التحرير يختار لـــه معاونين من أهم وظائفهم: .... و................. و.................. و................. .
- هناك عدة أقسام معاونة بالمجلة منها .... و............... و..................ومهمة قراءة الموضوعات وإعادة صياغة بعضها أو الحذف منها أو الإضافة أو كتابة عنوانا جديدا وقسم ....
- يمكن تقسيم المصاحفين فى مصر إلى أربعة فئـــات رئيـــسية هـــى .... و...............و................. و.................. .

- يقصد ببحوث القراء .... وهناك عـدة تقنيـات لـذلك منهـا .... و......................وتعهد المجلات بهذه المهمة إما إلى .... أو .... أو ....

3- وضح العلاقة بين كل مما يلى:

- مضمون المجلة ونجاحها.
- تخصص المجلة وحجم جهازها التحريرى.
- شخصية رئيس التحرير وتطوير صورة المجلة أمام الرأى العام.
- المجلة وظاهرة المصاحفة الصحفية.
- بحوث قراء المجلة وانتشارها.

أنشطـــة يقـــوم بهـــا الـــدارس

1- من خلال متابعة علمية دقيقة لمجلتك المفضلة حاول أن تحدد نقاط قوتها من حيث المضمون، الشكل، الجهاز التحريرى، ونقاط ضعفها وحاول أن تستنتج فئات جمهورها.

2- قارن بين كل من مجلة (المجلة) اللندنية ومجلة (روزاليوسف) المصرية من حيث التبويب، الجهاز التحريرى، مصادر مادتها الصحفية، خصائص أسلوبها الصحفى.

3- من خلال دراسة ميدانية قانون بين الجهاز التحريرى (تكوينه ووظائفه) فى عدة مجلات عامة (مثل: المصور، أكتوبر، روزاليوسف، آخر ساعة).

مـــراجـــع الـــوحـــدة الثـــامنـــة

1- Konneth, John Lurian: "Magazine Journalism New Prospects for the art and profession", Montana Press Library, First Edition, Montana, U.S.A., 1977.

2- عبد اللطيف حمزة: قصة الصحافة العربية فى مصر منذ نشأتها إلى منتصف القـــرن العـــشرين، مطبعة المعارف، بغداد، 1976.

3- خليل صابات: "وسائل الاتصال نشأتها وتطورها"، مكتبة الأنجلو، القاهرة، طبعة ثانية، 1979.

4- جلال الدين الحمامصى: الصحيفة المثالية، دار المعارف، القاهرة، 1972.

5- Wain Waight, David: Journalism, Alter & Seber, London, 1972.

6- مج، م ميكايلسن: "الصحافة بين الهواية والاحتراف" ترجمة محمد كامل جمعه، مطبعـــة مـــصر الحديثة، القاهرة، 1951.

7- Wolsely, Ronald. E.: The Changing Magazine, The Iowa State University Press, Iowa, 1972.

8- Brencers Ernest & Clark, Donald Lenon: Magazine Article Writing, The Macmillan Company, New York.

9- Konneth, John Lurian: "Magazine Journalism New Prospects for the art and Profession", Montana, U.S.A., 1977.

10- Wolsely, Ronald. E.: The Changing Magazine, The Iowa State University Press, Iowa, 1972.

11- Brencers, Ernest & Clark, Donald Lenon: Magazine Article Writing, The Macmillan Company, New York.

12- Gunther, Max: Writing the Modern Magazine Article, The Writer, Inc., Boston Publishers, 1968.

الوحدة التاسعة

الأشكـال الصحفيـة في المجلـة

الـوحـدة التاسعة

الأشكـال الصحفيـة فـى المجلـة

أهداف الوحدة:

بعد دراسة هذه الوحدة، يتوقع أن يكون الدارس قادرا على أن:

1- يشرح مراحل تحرير المجلة العامة.

2- يميز بين الأشكال الصحفية فى المجلة العامة.

3- يقيم ما تستخدمه المجلات العامة من فنون أو أشكال صحفية فى ضوء الأسس العلمية التى درسها.

4- يحرر الفنون الصحفية المختلفة فى المجلة وفق لما درسه.

عناصر الوحدة:

1- مفهوم تحرير المجلة.

2- مراحل تحرير المجلة.

- التفكير والتخطيط وجمع المادة.
- اعادة التفكير والمراجعة.
- الكتابة.
- التحرير.
- المراجعة النهائية.
- إعادة التقويم.

3- القوالب الصحفية فى المجلة.

- الافتتاحية.
- الموضوع Article.
- التحقيق الصحفى.
- الخبر.

4- خلاصة.

5- أسئلة.

6- أنشطة.

7- مراجع.

المقصود بالشكل هنا، الأسلوب الذى يقدم من خلاله المضمون الصحفى، أو توصل عن طريقه المادة الصحفية، وهو فى المجلة الكلمة المكتوبة التى تتخذ أكثر من شكل صحفى.

وتحرير المجلة هو نوع من الكتابة غير الخيالية Non-Fiction، أو الكتابة الواقعية Factual(*) التى تعتمد على المعلومات الواقعية غير الخيالية، والتى تتخذ قالبا لها: الافتتاحية، الخبر بأشكاله، المقال، الحديث، التحقيق، العمود الصحفى، وبعض المواد والأشكال الأخرى مثل، الركن الثابت، الحملة الصحفية.. وتسمى كلها أشكال التحرير الصحفى أو أنماط صحيفة، وان كان هذا لا يمنع من وجود بعض أنواع الكتابة الخيالية Fictional، فى المجلة مثل: القصة، الأقصوصة، الشعر، المسرحية، الخواطر والتأملات و.....

والكتابة للمجلة، أو تحريرها عملية تشمل أكثر من مرحلة:

المرحلة الأولى: التفكير والتخطيط وجمع المادة:

يبدأ المحرر فى التفكير فى موضوع معين، ودراسته، ثم يطور هذه الفكرة، بعد دراستها من كل أبعادها، ويحدد الأفكار الفرعية المنبثقة منها.

ويستعرض المحرر المعالجات السابقة لهذا الموضوع، والأسلوب الجديد لمعالجته، ويراجع المصادر المختلفة للموضوع، ويجرى بعض المقابلات للحصول على معلومات، وفى النهاية قد يضيق أو يوسع من نطاق موضوعه.

المرحلة الثانية: إعادة التفكير أو المراجعة:

حيث يعيد المحرر النظر فيما جمع من مادة وما وضع من تصميم، وقد يعيد هذا التصميم، ويضع إطار عاما جديدا للموضوع، ويحدد الأفكار الرئيسية النهائية، ويكمل الأفكار الناقصة، ويفكر فى أسلوب الكتابة.

(*) قسم نقاد الاغريق الكتابة على نمطين الأول هو الشعر Poetic والثانى النثر Rhetoric، وتبعهم في ذلك كثيرون منهم لنقاد العرب، وهناك مدرسة ثانية تقسم الكتابة إلى درامية وغير درامية، وثالثة تقسمها إلى حقيقة Factual وابداعية Imaginative، ورابعة تقسمها إلى خيالية (روائية) Fiction، وغير خيالية (واقعية) Non-Fiction.

المرحلة الثالثة: الكتابة أو وضع الأفكار على الورق:

وتشمل عملية الكتابة وضع الرسالة فى لغة صحفية، وتشمل ابراز بعض الأفكار وتنظيم المادة، بإضافة بعض الأفكار، وحذف الأخرى، بعد اختيار الشكل الصحفى المناسب (الذى سنتحدث عنه فيما بعد) ويسعى المحرر من أجل أختيار أسلوب قوى يناسب المجلة: كوسيلة اتصال ويتفق مع سمات جمهور القراء، ونوعية الموضوع المعالج، فالمجلة بحكم وقوعها في منتصف الطريق بين الجريدة بأسلوبها السهل البسيط، والكتاب بأسلوبه العميق العلمي المحدد أو الأدبى المسترسل، تستعمل لغة أو أسلوباً أبعد من لغة الجريدة اليومية وأقرب إلى لغة الكتاب، ويختلف البعد أو القرب حسب نوع المجلة، وسمات قرائها.

فقارئ المجلة أعلى مستوى من قارئ الجريدة اليومية من حيث اللغة، ومن حيث المستوى الفكرة والثقافة، وربما من حيث المستوى الاجتماعي والمستوى الاقتصادى، والوقت الذئ ينفقه القارئ فى قراءة المجلة أطول من الوقت الذى ينفقه فى قراءة الجريدة اليومية ذلك لأن قارئ المجلة إنما يقرؤها غالبا بعد الفراغ من عمله اليومى أو في عطلة الأسبوع، وفى المجلة أيضا هناك اهتمام من القارئ بأسلوب الكاتب وكذلك بالموضوع الذى يكتب فيه، أما بالنسبة للجريدة فالاهتمام بالمضمون العام.

- الأسلوب فى المجلة مهم إذن!
- والأسلوب – كما قال بوفون – هو الإنسان نفسه!
- والأسلوب – عند اللغويين – هو اختيار الألفاظ وترتيبها فى شكل له أثره وطابعه فى اللغة المستعملة، وهو يساعد الفكرة على أن تصل إلى القراء!

وإذا كان الأسلوب هو الإنسان نفسه، أو هو الفكرة، فلابد أن يتلاءم أسلوب الكاتب مع الفكرة وهذا يقتضى من الكاتب:

1- الملاءمة بين أسلوب التعبير والفكرة: بمعنى هل سيستعين الكاتب باللغة العامية، أم بالتعبير الفصيح الدقيق فى اختيار الكلمة والجملة، وبتركيز دقيق، أم بالتعبير السهل

غير المحكم وغير المدروس، هل هو تعبير عاطفى دافىء مرآة لشعور الكاتب الشخصى؟! أم تعبير عن تفكير منطقى، العامل الأساسى هنا هو طبيعة الفكرة ذاتها.

2- الملاءمة بين الأسلوب وتفكير القراء وقدراتهم.

3- الملاءمة بين أسلوب الكاتب وروحه حتى يكون صورة صادقة لعقله وشخصه، أو هو شخصيته - كما قال ماكس جونثر - منقولة على الورق.

والأسلوب الجيد فى المجلة يتميز بالسمات التالية:

- الوضوح Clarity وهو الكتابة السهلة المفهومة، حتى يستطيع القارئ أن يفهم ما يريد الكاتب أن يقوله.
- القوة Force، التى تتحقق عن طريق البحث عن كل الوسائل التى تشحذ من ذهن القارئ، وتحركه لكى يكون له المزيد من الإدراك والأهمية والشغف، فما يمنح الأسلوب قوة هو أى شىء تكون له القدرة على إيقاظ العقل وتحديه.
- الجمال أو السلاسة Smoothness، وهو ليس الزخارف أو المحسنات البديعية أو اللفظية بل سلاسة التعبير وانسياب الكلمات والجمل والفقرات فى هدوء.
- والمذاق Flavour، وهو أن تبدو روح الكاتب فيما يكتبه.

وبشكل عام يميل أسلوب المجلة إلى الاهتمام بالشكل إلى جانب المضمون، واللفظ يختار بعناية، ولا يكتفى المحرر بالوصف الواقعى للأشياء بل يميل الأسلوب أكثر إلى اللغة الأدبية.

وعلى محرر المجلة ألا يقلد أسلوب كاتب آخر، فليس فى استطاعة انسان ما أن يقلد آخر أو يأخذ سماته ويستعير تفكيره وملكاته، بل يستفيد منه فقط، حتى لا ينتهى إلى صورة مشوهة منه.

وينبغي على محرر المجلة أن يتجنب الرتابة في الأسلوب، وأن ينوع في لهجته Tone ولا يخاف من الاستعانة باللغة العامية أو استعمال بعض الحكم والأمثال، وكذلك عليه تجنب الصيغ أو الكليشيهات المحفوظة التقليدية في العناوين أو المقدمات أو في متن الموضوع.

المرحلة الرابعة: التحرير أو إعادة الكتابة أو الصقل:

وتشمل إعادة صياغة أو تحرير المادة الصحفية، وصقل بعض فقراتها وعناوينها الفرعية والمقدمات والخاتمة مثلاً...

المرحلة الخامسة: المراجعة النهائية للنص المحرر:

وتشمل إعادة مراجعة ما تم في المرحلة السابقة، والصقل النهائي لها، واعداد هذه المادة المكتوبة فنيا للنشر في مجلة (ترسل إلى سكرتير التحرير الذي يرسلها بعد ذلك إلى قسم الجمع والصف).

المرحلة السادسة: دراسة رد الفعل... أو اعادة التقويم:

وتأتي بعد النشر، وتشمل دراسة ردود فعل الموضوع لدى القراء، بعد الحصول على الانطباعات الأولى عنه من القراء، أو المصادر، أو الزملاء، أو الأصدقاء، ثم اعادة تقويم الأسلوب في ضوء ذلك، والاستفادة من ذلك مستقبلاً.

الاشكال أو القوالب الصحفية في المجلة

(1) الافتتاحية Editorial

وهي أحد أشكال المقال، ويطلق عليه دارسو المقال أكثر من تسمية، قد يسمونه Leading Article (المقال المتقدم أو القائد) باعتبار أنه يتقدم غيره من أنواع المقال الأخرى، وقد يسمى Editorial Article، وقد يسمى Leader، بمعنى أنه مقال قيادي، وقد يسمى Editorial بمعنى أنه مقال يكتبه رئيس التحرير يعبر به عن رأي الصحيفة، وقد يكتبه شخص آخر تحت مسئوليته.

والافتتاحية أو المقال الافتتاحى هى صوت المجلة كمؤسسة وتتميز بأنها تتقدم غيرها من المقالات فى: تعبيرها عن رأى المجلة، وفى تناولها لأهم الموضوعات المنشورة فيها، وفى المساحة الثابتة الممنوحة لها.

ويقسم كل من ليون نلسون، وشيلتون بوشى المقال الافتتاحى أو الافتتاحية فى المجلة إلى أربعة أنواع:

1- **المقال الافتتاحى الشارح**، الذى يقيم الأخبار أو الأحداث، ويجلو أبعادها، ويفترض فيه أن يلتزم بالموضوعية، فلا يتبنى آراء مسبقة، ولكن هذه الموضوعية مستحيلة فلكل مجلة تحيزاتها المسبقة السياسية أو الاقتصادية أو الصحفية.

2- **المقال الافتتاحى النزالى**، وينطلق من آراء مسبقة يريد كاتبها أن يحمل القارىء على اعتناقها، مستخدما أسلوب النزاليات الذى يحتمل شجب الآراء المخالفة بل تسفيهها باستخدام المنطق الخطابى.

3- **المقال الافتتاحى المتنبىء**، الذى يقوم بما يشبه عملية استكشاف للنتائج التى يمكن حدوثها فى المستقبل. وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ما حدث وادراكه لطبيعة القوى التى تحكم الموقف فإنه قد يتنبأ بأحداث وامتدادات تتم فى المستقبل.

4- **المقال الافتتاحى الذى لا يتحدث عن قضايا عامة أو أحداث سياسية أو اقتصادية**، بل عن قضايا خاصة بالمجلة وأحداث وقعت بها، مثل تغيير أحد أعضاء الجهاز التحريرى مثلا ، أو سبق صحفى حصلت المجلة عليه، أو تطوير جديد فى المجلة، أو رفع السعر مثلا أو زيادة رقم التوزيع(*).

وقد يكتب افتتاحية المجلة: رئيس التحرير، أو الناشر، وقد يوقعها كاتبها، أو توقع باسم هيئة تحرير المجلة، أو اسم المجلة، أو بعلامة رمزية أو بالحروف الأولى لرئيس التحرير أو أحد كبار المحررين وفى بعض المجلات قد لا توجد افتتاحيات.

(*) لاحظ المؤلف وجود هذا النوع من خلال ملاحظة افتتاحيات المجلات العلمية: الفرنسية أو الأمريكية والإيطالية وكذلك المصرية التى تضم هذه الأنواع الثلاثة وإلى جانب النوع الرابع.

(2) الموضوع Article

الموضوع هو الشكل الصحفى الرئيسى فى المجلة وتعالج من خلاله الأحداث والقضايا والظواهر الراهنة والحالية، ويمكن تعريفه بأنه مقال مكتوب يختلف فى طوله حيث يتراوح عدد كلماته بين ألف وستة آلاف كلمة، والمقال المتوسط يضم ألفى كلمة، ويتميز بالموضوعية، وبعدم بروز شخصية صاحبه، وهدفه نقل الأفكار والحقائق، للإعلام أو الإقناع أو التوجيه أو التسلية أو كلها.

ومن خلال الإطلاع على التقسيمات المختلفة لأنواع الموضوع فى المجلة عند ابرز دارسيه مثل: ماكس جونثر وايرنست، برينكرو دونالد ليميتد كلارك، ويليام. ل. ريفرز، وروناالد. ى. ولسلى **يمكن تصنيفه إلى الأنواع التالية:**

1- الموضوع الإعلامى أو الاخبارى Informational:

ويأخذ القارئ خلف الأحداث ليبين له حقيقة ما حدث ويخبره بأسرار أو وقائع جديدة.

2- الموضوع التحليلى أو التفسيرى Analytical:

يتميز بالعمق ويعالج قضايا ومشاكل وآراء مثيرة للجدل، ويحللها إلى جوانبها المختلفة.

3- موضوع السيرة الذاتية، أو الخبرة الشخصية:

وكلها تتعلق بضمير المتكلم "أنا"، وتهدف إلى عرض خبرات الشخص، أو الكشف عن مكنونات نفسه، وعرض لتأملاته في الحياة، وتقديم النصح أو الحكمة الناتجة من تجاربه، وكل ذلك مصدره أحداث متصلة فى حياة كاتبه وقد يسمى هذا النوع بالموضوع الذاتى أو الشخصى أيضاً.

4- موضوع الخدمة Service:

وقد يسمى أيضا موضوع كيف تصنعها ?How to make it، أو اصنعها بنفسك ?Do it your self، وهدفه هو تقديم خدمة، أو تعليم شىء محدد، ومحاولة توجيه القارىء فى مجال معين: كيف يرشد استهلاكه، كيف يستعمل ورق الحائط؟، ولكن يكون مقنعا ينبغى أن يكون لكاتبه خبرة واسعة.

5- الموضوع الجدلى أو المثير للمناقشة أو النزالى

Getting into Argument

ويتعرض لمناقشة قضية ما، أو يثير قضية، وقد يتعصب لوجهة نظر بالأدلة والحجج والبراهين، ويقدم الأدلة على ذلك، ويشجب الآراء المخالفة لها.

6- الموضوع الوصفى Profile:

وهدفه رسم صور عقلية لأشخاص أو أماكن أو مواقف.

7- موضوع المسح Survey:

ويتم فيه مسح شامل لنوع من النشاط، أو ظاهرة معينة، من جوانبها كلها فهو يقدم تقريرا شاملا عنها، ودراسة للوضع الراهن لظاهرة ما.

8- الموضوع السردى Narrative:

ويأخذ هذا النوع بأسلوب السرد Narration حيث يصاغ فى قالب القصة الخفيفة المرحة an episode، أو يروى الوقائع بشكل درامى حسب ترتيب وقوعها.

9- الموضوع المحذر أو الكاشف Alarmer or Exposer:

وهو نوع يعتمد على وضع يد كاتبه على خطأ ما، أو جانب سلبى، انه علامة تحذير أو عرض لموقف يتطلب العلاج أو الاصلاح، وهذا النوع يمارسه الكاتب بعد تمكنه من الأنواع الأخرى للمقال.

10- الموضوع الفكاهي Humour:

ويعتمد على استعمال الأسلوب الفكاهى أو الساخر، فى عرض موضوعه، وقد يخلق شخصيات رمزية يجسد من خلالها الأحداث، وقد يعود إلى التاريخ، وقد يستعمل اللهجة العامية، وهذا النوع لا يكتسب بالخبرة، بل أن روح الفكاهة موهبة لا تكتسب.

أسلوب تحرير الموضوع فى المجلة:

موضوع المجلة، لا يمكن أن يكتب – كما يشاع خطأ – نتيجة لانطباع، أو استلهام، أو خواطر شخصية، بل من خلال جمع دقيق ومنظم ومضنى لمعلومات موثوق بها، من مصادر عليمة، تراجع بشكل جيد، ثم يكتب ويزود بالصور والرسوم.

ولكى ينجح محرر الموضوع فى المجلة عليه أولا أن يتعرف على الجمهور الأكثر قراءة للمجلة، وأن يكون لديه شيء يقال، أى مضمون فكرى ينقله إلى قارئه، أو اقتراح، أو رؤية جديدة لقضية قديمة، وأن يقول ذلك الشيء ببساطة، والأهم من ذلك، عليه أن يكون دقيقا.

وفى تحرير موضوع المجلة هناك أسلوبان:

الأول: أسلوب الهرم المقلوب:

ويبدأ هذا الأسلوب الموضوع، بعد كتابة العنوان، بأهم شيء فى الموضوع The topic stated فى المقدمة، بعدها فقرة انتقالية Transition تليها كلمات تعيد تقديم الفكرة Restatement of the theme بسرد الحوادث والشواهد والأمثلة والأدلة التى توضح الفكرة، وتأتى بعد ذلك الأمثلة الأقل أهمية ثم بعض الأدلة، وفى النهاية يقدم بعض الاستطرادات وأقل التفاصيل أهمية.

والثانى: أسلوب الهرم المعتدل:

وفيه يوضع دليل أو شاهد أو حادثة أو مثل فى المقدمة، أو أكثر من واحد أو واحدة منها فى فقرة المقدمة، تليها فقرة انتقالية تربط المقدمة بالموضوع، ثم تأتى مرحلة تطوير فكرة الموضوع وتوضيحها والتوسع فيها، بتقديم الأدلة أو الشواهد أو

الحوادث الأهم، حتى نضع أهم فكرة، وأهم شيء في الموضوع أو خلاصته في النهاية.

أى أن الموضوع – أيا كان أسلوب تحريره – يضم:

عنوانا، ومقدمة، وفقرة انتقالية تهدف إلى ربط المقدمة بباقى الموضوع، ثم تطوير الفكرة أو إعادة تقرير لما فيها، ثم عرض أدلة أو شواهد أو حوادث أو أمثلة للتحليل على الفكرة الأساسية، ثم تفاصيل أقل أهمية، وخلاصة أو أهم شيء فى الموضوع.

(3) التحقيق الصحفى Enquete

ويعد التحقيق من الأشكال الصحفية أو القوالب المهمة فى المجلة، ولكنه من أكثرها اثارة للجدل والخلاف حول تعريفه ومفهومه، لأن معظم الكتابات العربية فى التحرير الصحفى تخلط بينه وبين الموضوع Article، أو بينه وبين الموضوع الاخبارى الخفيف Feature المصاغ فى قالب انسانى، أو موضوع المعالم.

فمروان الجابرى فى ترجمته العربية لكتاب "الصحافة اليوم"(*) لتوماس اليوت بيرى، يستعمل مصطلح "التحقيق الصحفى" كترجمة لكلمة Feature وتعنى الموضوع الاخبارى الخفيف المصاغ فى قالب انسانى، أو مقال المعالم.

والدكتور عبد اللطيف حمزة فى كتابه "المدخل فى فن التحرير الصحفى" يستعمل مصطلح تحقيق صحفى... فى مقابل ما تسميه هيلينا باترسون موضوع المعالم فى كتابها "كتابة موضوعات المعالم وبيعها"(**) ويحدد قوالب معينة لصياغة التحقيق الصحفى هى: قالب العرض Exposition، وقالب القصة (السرد) Narration وقالب الوصف Description، وقالب الحديث Interview وهى القوالب أو الأنماط نفسها التى تطلق على الموضوع فى المجلة وأجمع عليها معظم كتابه ودارسيه.

(*) Thomas Elliot Berry: Journalism Today.

(**) Helina Peterson: Writing and Selling Feature Article.

وعلى نفس نهج الدكتور عبد اللطيف حمزة فى تعريفه للتحقيق الصحفى سار كل من الدكتور إبراهيم إمام، والدكتور محمود فهمى، والدكتورة إجلال خليفة، والدكتور فاروق أبو زيد.

لكن أقرب التعريفات أو الرؤى أو المداخل لفهم التحقيق الصحفى، إلى مفهومه اللغوى أو الاصطلاحى عند المدرسة الفرنسية، والمدرسة الأمريكية فى التحرير الصحفى. وهو المعنى المقصود بالتحقيق الصحفى هو فى الحقيقة أكبر وأشمل وأوسع من المدلول اللغوى لهذه الكلمة، هو الذى يعرف التحقيق الصحفى بأنه: "استطلاع للوقائع والأحداث، ولجميع الأشخاص الذين لهم صلة بهذه الوقائع والأحداث، ثم الدراسة والتفسير للظروف والملابسات التى تحيط بها الوقائع والأحداث والعوامل المؤثرة فيها، والحكم عليها، وتقديم الحلول المناسبة للمشكلة أو الواقعة التى يتناولها التحقيق".

فمهمة المحقق الصحفى فى الحقيقة هى: "مهمة رجل الشرطة" فى استطلاع الحادثة، وأسبابها ثم مهمة "وكيل النيابة" فى تحقيق هذه الحادث والبحث عن دوافعها وأسبابها ثم مهمة الدفاع والاتهام معا فى تكييف هذه الدوافع والأسباب من الناحية القانونية، أى مصلحة المجتمع التى يعمل لها الصحفى، وأخيرا هى مهمة "القاضى" فى الحكم وتقديم الأسباب المبررة لهذا الحكم، ويزيد التحقيق الصحفى على ذلك كله، التوجيه وابداء الرأى والحل الذى يجب اتباعه لتحقيق مصلحة المجتمع.

وكلمة تحقيق صحفى تعنى باللغة الفرنسية Enque'te، وهى اصطلاح استعير من لغة القضاء وله معان ثلاثة:

المعنى الأول (معنى قديم): سلسلة من الأحاديث الصحفية مركبة داخل الموضوع نفسه أو مجموعة من الموضوعات.

المعنى الثانى: موضوع أو سلسلة من الموضوعات الإعلامية تتناول موضوعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية اجريت تتضمن توثيق مكتوب ورؤية أطرافه أنفسهم من أجل الوصول إلى نتيجة مقنعة.

المعنى الثالث: دراسة مشكلة اجتماعية بواسطة استبيان أو استبار يتم عن طريق أخذ عينة مناسبة من الجمهور.

ومقابل كلمة Enque'te الفرنسية، كلمة Investigation, Inquiry باللغة الانجليزية.

ولكلمة Inquiry معنيان:

المعنى الأول: طلب معلومات.

المعنى الثانى: تحرى منظم أو استلاع لموضوع ذى اهتمام عام.

وكلمة investigation تعنى التحرى، أو البحث أو الدراسة العميقة، المعتنى باجرائها، والدقيقة لموضوع ما.

أى أن التحقيق الصحفى اذن هو "التحرى والبحث والاستقصاء فى واقعة، أو حادثة، أو قضية، ومعرفة الأسباب والدوافع حولها، والاستماع إلى كل الآراء فى هذه الواقعة أو الحادثة أو القضية محور التحقيق، وقد يصل المحقق إلى اصدار حكم فى النهاية، وقد يكتفى بعرض جوانب الواقعة... أو الحادثة أو القضية فقط".

ولأن وظيفة التحقيق الصحفى قد تتداخل مع وظيفة الخبر، أو الموضوع، أو الحديث وغيرها من الأشكال الصحفية، نجده يوظف أو يشمل عددا من الأشكال الصحفية داخله الحديث مثلا، أو الخبر الجديد، أو التفسير، ويعتمد كذلك على الصور والرسوم.

والتحقيق الصحفى فى المجلة يمكن تصنيفه إلى نوعين رئيسين هما:

- التحقيق الصحفى الطويل المفصل: الذى يعتمد على الكلمة والمواد المصورة إلى جانبها كعامل معضد أو مساعد، أى أن الكلمة هنا الأساس وبعدها: المواد المصورة.

- التحقيق الصحفى المصور(*): الذى يعتمد فى عرض موضوعه على المواد المصورة خاصة الصور الفوتوغرافية، والكلمة (أو المتن) بعد ذلك كعامل معضد أو مساعد، أى أن الصورة هنا هى الأساس، وبعدها الكلمة.

وقد أصبح التحقيق الصحفى سمة من سمات الصحافة الحديثة، وتخصصت بعض المجلات العالمية الكبرى فى هذا الشكل الصحفى بنوعيه – خاصة التحقيق الصحفى المصور – مثل مجلات: Life، وTime، و Stern، و Paris Match Jours de France، وWorld Scala، وEpoca، وLook، حيث يتم توظيف الصورة بشكل جيد.

ولكن هذه المجلات بدأت منذ نهاية خمسينات القرن العشرين تضعف أمام منافسة التليفزيون الملون، والسينما، ولكنها عادت فى نهاية سبعينيات وثمانينات القرن العشرين تسترد مكانتها وتصمد.

(4) الخبر الصحفى New Story

يمكن القول أن الخبر الصحفى فى المجلة هو: "تقرير عن حدث يهم أكبر عدد من القراء من وجهة نظر جهاز المجلة التحريرى، وقد ينشر للمرة الأولى، أو ينشر ثانية- بعد نشره فى الصحف الأخرى طوال الأسبوع – بعد إضافة الجديد فيه، أو تفسيره وإعطائه خلفيات جديدة، أو إبداء الرأى فيه (تلوينه)، وقد يكون موضوعيا، أو متحيزا".

ويتخذ الخبر فى المجلة أكثر من شكل تتراوح ما بين الأخبار القصيرة السريعة Spot News، والأخبار المفصلة الموسعة Spread News، وقد ينشر داخل الأبواب

(*) يطلق عليه فى مجلاتنا المصرية، وفى الصحف العربية، "الريبورتاج المصور"، أو "الاستطلاع المصور".

الاخبارية العامة للمجلة، أو أبوابها المتخصصة، بدون عنوان، وقد يكون مستقلا وله عنوانه، وهو شكل صحفي مهم في المجلة العامة، ورئيسي في المجلة الاخبارية.

وقبل الحديث عن أشكال الخبر في المجلة، لابد من التعرض للعوامل التى أثرت فى نموه وتطوره حتى وصل إلى هذه الأشكال، **وهى أربعة عوامل:**

أولا : التطور التكنولوجي في أساليب جمع الأخبار ونشرها سواء عن طريق الكلمة المكتوبة أو المسموعة أو المذاعة: فحتى عشرينيات القرن العشرين، كانت الجريدة هي المصدر الأول للإعلام أو الأخبار، "وتجيء الإذاعة المسموعة لتنتزع من الجريدة احتكارها هذا، وبعد عشرين عام تظهر الإذاعة المرئية أو اللص الثالث للأخبار على حد تعبير والترفوكس"، والذى استطاع – في الولايات المتحدة الأمريكية– أن يغزو كل البيوت، ويصبح الوسيلة الاخبارية الأولى: بالكلمة والصورة.

وأثر هذا التطور التكنولوجي في ناحيتين: الأولى هي اختفاء المجلات العامة التي تعتمد على الكلمة، وكثير من الجرائد الاخبارية، وازدهار المجلة المصورة، حتى ظهر التليفزيون الملون، فأستولى على الإعلانات، وبدأت المأساة واضحة كما يرويها ترومان كابوت في كتابه "In cold blood" "في الدم البارد"، وحدثت تطورات في تحرير الخبر، كأن يذكر الشخص محور الخبر باسمه الحقيقي، أو تستعمل الحروف الأولى من اسمه الحقيقي، أو يستبدل باسم شخص، أو يروى الخبر على لسان شخص آخر.

ثانياً: انغماس المحرر نفسه في الحدث الاخبارى، عن طريق التنكر، وانتحال أسماء وشخصيات وهمية من أجل الوصول إلى الحقيقة وعرضها على القراء.

ثالثاً: ظهور "التقرير الاخبارى الذى يشبع" والذى لابد وأن يتسم بالموضوعية، وهو نقيض الانطباعات الذاتية، فالصحفي الجديد الحقيقي لا يسمح لنفسه بأن يضع جملا من نسج خياله على لسان شخصية حقيقية، أو أن يصف مشهدا لم يحضره، إلا

بعد أن يكون قد جمع تفاصيل عديدة عن سياق الحدث، وبعد أن يكون قد درس عن قرب شخصية أبطالها وشعر بأنه قادر على أن يفكر وان يتكلم مثلهم.

رابعاً: تخصيص صفحات كاملة للصور الفوتوغرافية خاصة الصور الخبرية منها، وكذلك الرسوم اليدوية التعبيرية والساخرة.

تطور أساليب تحرير الخبر:

كان هدف المحرر الصحفي في الماضي هو أن يعطي الحقائق فقط، أي قصصا خبرية موضوعية، خالية من الرأي الشخصي أو التحيز، وعلى أساسها نشأ ما يسمى بالتغطية الخبرية الموضوعية Objective News Reporting وفيها يعرض المخبر الصحفي الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع، بدون تعميق أبعاد جديدة، أو تقديم خلفيات، أو تدخل.

ونتيجة للعوامل السابقة نشأ – خاصة في المجلات – نوع جديد هو التغطية الخبرية التفسيرية Interpretative News Reporting وفيها يجمع المخبر الصحفي المعلومات المساعدة أو التفسيرية (إلي جانب الحقائق الأساسية) للقصص الخبرية، بهدف تفسير الخبر أو شرحه، بهدف خدمة القراء الذين ليس لديهم وقت للبحث، وفي الوقت نفسه يكون هذا المخبر منصفا.

وتعتمد الصحافة الحديثة، على التغطية التفسيرية لخدمة جمهورها، كبديل للتغطية الموضوعية أو الحقائق الموضوعية، التي قد تبعث على الاضطراب في بعض الأحيان. كما نشأ نوع ثالث جديد هو التغطية المتحيزة Advocacy News Reporting، وهي ليست بدعة أو شيئاً جديداً، فمعظم الجرائد والمجلات، ذات الاتجاهات السياسية أو الفكرية أو العرقية، عادة ما تكون لها مواقف محددة من بعض القضايا، قد تتعصب لها، أو تتحيز، ويظهر ذلك في تحرير أخبارها.

والتغطية المتحيزة تحدث حينما يتم التركيز على جانب معين من الخبر، وتبرز فكرة في عمود الأخبار بدلا من عمود الرأي، أي عرض خبر ما بعد أن يتم التركيز

على بعض الحقائق، وحذف بعضها، أو الإضافة، أو التشويه، انه عملية تشويه أو تلوين للخبر، وزاد استعمال هذا النوع بعد انتشار الجرائد السرية والمجلات المناهضة للنظم الحاكمة، والصحف الحزبية، والرياضية، والحرية التى تمنحها بعض الصحف لمحرريها فى صياغة أخبارهم.

أشكال الخبر فى المجلة:

يمكن حصر الأشكال التى يصاغ فيها الخبر الصحفى فى أى مجلة: عامة، أو اخبارية، أو متخصصة، **فى أربعة أشكال هى:**

1- الأخبار القصيرة أو السريعة، التى يقوم بتغطيتها محررو المجلة، وتشكل عنصرا اخباريا مهما، وسبقا لها عن وسائل الإعلام الأخرى. وتعطى للمجلة قيمة إعلامية وتجعلها مصدراً اخبارياً مهماً، ويسمى هذا النوع Spot News أو الأخبار السريعة، أو التغطية الاخبارية السريعة، ومن نماذجه الأبواب الخبرية فى المجلات العامة والمتخصصة والاخبارية.

2- الأخبار التى سبق النشر عن بعض وقائعها فى وسائل الإعلام الأخرى، خلال الأسبوع المنصرم، ويعاد تحريرها فى شكل تقارير إخبارية News Reports، بعد البحث والتقصى واضافة الخلفيات اللازمة، أى أنها عملية تنشيط للأخبار الراكدة Stale News (التى سبق نشرها)، وهذا الشكل هو هدف المجلة الاخبارية، والشكل الخبرى والصحفى الرئيسى الذى يعتمد عليه هذا النوع من المجلات، وكذلك المجلات العامة، وهو يقوم على إعادة النظر فيما مضى، والقيام بتغطية رأسية أو تغطية متعمقة (Vertical or in depth)، فى مقابل التغطية الأفقية Horizental التى تقوم بها الجرائد اليومية والراديو والتليفزيون. أى أن المجلة تقوم هنا بدور الشارح والمفسر والمعمق للأخبار ولخلفياتها، ؟ويسمى هذا النوع من الاخبار بـــ الـــ Spread News أو الأخبار الموسعة.

3- الأخبار القصيرة والمتخصصة، التى تهم جماعة أو فئة معينة، أو طبقة، فى ميدان أو حقل للنشاط البشرى، كأخبار الفن، أو الأدب، أو الرياضة، أو الدين، وهى أخبار قصيرة سريعة، متخصصة، لا تجد لها مكانا فى الجرائد العامة، أو فى الأبواب الأخبارية العامة، بل فى الأبواب المتخصصة فى المجلات العامة والاخبارية.

4- الأخبار التى تروى ما حدث؟، أو ما وراء الكواليس Behind the scene، أو الآن يمكن القول How it can be told، وهى نوع من الأخبار الذى يضاف إلى المجلة فى اللحظات الأخيرة، يظهر فى بعض الدوريات المتخصصة الجارية، الخاصة بالبورصة والمراهنات والبنوك، وغيرها... ويطبع على نوع من الورق مختلف عن باقى صفحات المجلة، ويتم عرضه بشكل اخراجى مختلف متميز عن باقى المجلة.

تحرير الخبر فى المجلة:

وتقترب كل مجلة من الأخبار، وتعالجها بالشكل الذى يناسب طبيعتها كمجلة عامة، أو متخصصة، أو اخبارية، ودورية صدورها: أسبوعية، أو نصف شهرية، أو غير ذلك، انها لا تستطيع أن تسبق الجرائد اليومية، أو الإذاعة المسموعة أو المرئية، ولكنها تستطيع معالجة الأخبار بطريقة لا تستطيعها تلك الوسائل المنافسة التى تعتمد على التغطية اليومية.

وبالنسبة لصياغة الأخبار السريعة Spot News لا تختلف عن صياغتها فى الجرائد اليومية، عنوان ومقدمة وتفاصيل، أو عنوان وتفاصيل، بطريقة الهرم المقلوب، ولكن الأخبار الموسعة Spread News تتميز بوضع أهم شيء فى المقدمة.

أما الأخبار القصيرة المتخصصة فهى لا تختلف عن الأخبار التى تشبهها فى الجرائد الأخرى العامة والمتخصصة من حيث الصياغة، أما النوع الرابع والأخير من أشكال الخبر فى المجلة فيصاغ فى شكل تقرير يلخص فى مقدمته أهم ما فيه، وتوضع التفاصيل مرتبة حسب توقيت حدوثها.

خلاصة الوحدة التاسعة

تناولت هذه الوحدة تحرير المجلة كنوع من الكتابة غير الخيالية أو الواقعية Factual تمر بعدة مراحل (التفكير والتخطيط وجمع المادة، إعادة التفكير والمراجعة، الكتابة، التحرير، المراجعة النهائية للنص المحرر، إعادة التقويم).

وناقشت الوحدة بالتفضيل الأشكال أو القوالب الصحفية فى المجلة وهى الافتتاحية Editional وأنواعها، وكذلك الموضوع Article وأنواعه (الإعلامى التحليلى، السيرة الذاتية، الخدمة، الجدلى، الوصفى، المسح، السردى، الكاشف، الفكاهى) وأسلوب تحريره (الهرم المقلوب، الهرم المعتدل).

كما تناولت الوحدة أيضا التحقيق الصحفى كشكل صحفى مهم فى المجلة موضحة لمفهومه أو تعريفه وأنواعه (التحقيق المفصل، التحقيق المصور) ، ووأخيرا عرضت للخبر الصحفى فى المجلة وأشكاله (الأخبار القصيرة السريعة، الأخبار المتخصصة، التقارير الإخبارية، أخبار ما وراء الكواليس، وأسلوب تحريره.

أسئلـــة وتطبيقـــات الوحـــدة التاسعـــة

1- قارن بين المفاهيم التالية:

- الكتابة والتحرير كمرحلتين من مراحل العمل في المجلة.
- المقال الافتتاحى الشارح، والمقال الافتتاحى النزالى.
- الموضوع، التحقيق كشكلين صحفيين مهمين فى المجلة.
- التحقيق الصحفى المفصل، التحقيق الصحفى المصور.
- التغطية الإخبارية فى كل من الجريدة، المجلة.

2- وضح المقصود بما يلى:

- أخبار ما وراء الكواليس.
- الكتابة الواقعية Facutal.
- الجمال أو السلاسة Smoothness فى أسلوب المجلة.
- الافتتاحية.
- الموضوع الفكاهى Humour

3- اكتب تقارير حول الموضوعات التالية:

- سمات الأسلوب الصحفى الجيد فى المجلة.
- أنواع المقال الافتتاحى فى المجلة.
- الموضوع الصحفى وأهميته فى المجلة.
- مفهوم التحقيق الصحفى.
- أشكال الخبر فى المجلة.

أنشطـــة يقـــوم بهـــا الـــدارس

1- اختر مجلة عامة تتابعها بانتظام وحلل (الأشكال الصحفية التى تستخدمها مقارنة بالأشكال الصحفية الشائع استخدامها فى عدة أعداد منها فى المجلات العامة، موضحا ملاحظاتك الايجابية والسلبية على أسلوب تحرير هذه المجلة.

2- قارن بين مجلة عامة، ومجلة متخصصة من حيث الأشكال الصحفية المستخدمة فى كل منهما وقدم بعض اقتراحاتك لتجويد أسلوب تحريرهما.

3- اكتب مقالا افتتاحيا للنشر مرة فى جريدة يومية، ومرة أخرى في مجلة عامة.

مــراجــع الوحـــدة التاسعـــة

1- محمد كامل جمعة: الأسلوب، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، طبعة ثانية، 1961.

2-Gunther, Max: Writing the Modern Magazine Article, The Writer, Inc., Boston Publishers, 1968.

3- رشدى صالح: كل ما يجب أن تعلمه عن المقال الصحفي، في: جلال الدين الحمامصي "الصحيفة المثالية" دار المعارف، القاهرة، 1972.

4- Rivers, William. L.: Mass Media Reporting, Editing Writing, Stanford University, Universal Book Stall, U.S.A., 1975.

5- Mott, George Fox & Others: "New Survery of Journalism", Barnes & Noble, Inc., U.S.A., Fourth Edition, 1965.

6- إجلال خليفة: اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى جزء أول، بدون ناشر دار الهنا للطباعة، القاهرة، طبعة أولى، 1972.

7- Voyenne, Boraard: Gloseaire Destermes de Presse, Centre de Formation des Journalistes, Paris, 1967.

8- إبراهيم إمام: دراسات فى الفن الصحفى، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1972.

9- La Situation de la Presse en Rebulique Federale d'Allemagne Les Fiches du C.F.P.J. Mo. 35 et 1979.

10- Rothsteis, Arnold: Photojournalism-Pictures for Magazines and Newspapers, Amphohot, New York.

11- Fox, Rodrey & Krews, Robert: Creative News Photography, mes, Iowa State, 1961 - New Kalien, Worman: Photographs how to appreciate, Criticize and Choose؟

12- Baskette, Floyed K. & Sicssos, Jack Z.: The Art of editing, Macmillan Company, New York, 1972.

الوحدة العاشرة

التحرير لوكالات الأنباء

الوحدة العاشرة

التحـــرير لـوكـالات الأنبـــاء

أهداف الوحدة:

بعد أن يتم دراسة هذه الوحدة يتوقع أن يكون الدارس قادرا على :

1. التعرف على وكالات الأنباء وطبيعة عملها كمؤسسة إعلامية ذات طابع مميز
2. فهم التطورات التي مرت بها وكالات الأنباء خلال مسيرتها التاريخية ، مع التركيز على مرحلة الثورة الرقمية.
3. تمييز التحديات التي تواجه عمل وكالات الأنباء في عالم اليوم.
4. تحديد جوانب عمل وكالات الأنباء.
5. شرح الفروق المميزة بين أشكال أو أجناس المادة الإخبارية في وكالات الأنباء.

العناصر:

1. تعريف وكالات الأنباء.
2. ابرز وكالات الأنباء في العالم.
3. التحدي الذي تواجهه وكالات الأنباء في ظل الثورة الرقمية.
4. التطور التكنولوجي في وكالات الأنباء وتأثيراته (وكالتي أنباء الشرق الأوسط- وكالة الأنباء الكندية).
5. جوانب عمل وكالات الأنباء.
6. التحرير الصحفي وإشكاله في وكالات الأنباء.
7. خلاصة.
8. اسئلة وتطبيقات.
9. انشطة.
10. مراجع.

تعريف وكالة الانباء

وكالة الأنباء news agency، وكان يطلق عليها في الماضي Wire service، أو press agency, press association، هي مؤسسة مهمتها أن تزود بتغطية إخبارية للمشتركين للجرائد وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال ، إضافة إلى الأفراد والمؤسسات الحكومية والخاصة.

هي المؤسسة التي تقوم بجمع، كتابة، وتوزيع الأخبار إلى الجرائد، المجلات، محطات الراديو والتليفزيون، الوكالات الحكومية والمستخدمين الأفراد، وتوزيعها على المشتركين بها.

ولا تنشر الأخبار بنفسها بل تزود بها المشتركين لينشروها ، الذين بالمشاركة في النفقات يحصلون على خدمات معلوماتية لايستطيعون بمفردهم القيام بها.

بعض الوكالات تركز على مناطق معينة محلية أو دولية ، أو موضوعات معينة، بعض الوكالات تعمل بشكل تعاوني حيث يزودها المشاركون بالأخبار من مناطقهم إلى مركز الوكالة، وأكبر وكالات الأنباء في العالم هي وكالات: The largest news agencies are United Press International, Associated Press, Reuters, Market Wire, ، All Headline News، and Agene France-Presse ،Business Wire and PR Newswire

أما أبرز وكالات الأنباء في العالم الآن فهي:

- Agence France-Presse (AFP)
- All Headline News (AHN)
- Agencia Internacional de Noticias
- ANP (The Netherlands)
- Athens News Agency (ANA)(Greece.
- ANSA (Italy)
- ANTARA, Indonesia

- Agenzia Giornalistica Italia (Italy)
- Associated Press (AP)
- Associated Press of Pakistan - Not associated with AP
- Australian Associated Press
- Baltic News Service (BNS)
- BASA-press (the first independent news agency from The Republic of Moldova)
- British Broadcasting Corporation (BBC)
- Belga news agency (Belgium)
- BERNAMA, Malaysia
- Bloomberg L.P.
- Brainpix - Portugal/Brasil
- Canadian Press
- Canadian University Press
- China News Service, China
- City News Bureau of Chicago
- Cox Enterprises
- DPA (Germany)
- Dow Jones Newswires
- EFE, Agencia EFE
- Indymedia, Independent Media
- ITN, Independent Television News
- Interfax (Russia)
- Inter Press Service Global news agency featuring development news
- ITIM - Israel
- ITAR-TASS (Russia)
- KCNA (North Korea)

- Kyodo News (Japan)
- Maghreb Arab Press (Morocco) (aka La MAP)
- Nippon News (Japan)
- NZPA (New Zealand)
- OANA
- The Press Association (PA) (UK)
- Pacific News Service
- PA Sport
- Petra (Agency) (Jordan)
- Philippine News Agency (PNA) (Philippines)
- Power and Interest News Report
- Press Trust of India
- QHA, Ukraine
- Reuters
- United Press International
- Xinhua News Agency, China
- Yonhap, Korea

وقد تطورت عملية إرسال الأخبار بواسطة الوكالات :فمن 1915 إلى 1940 كانت ترسل بواسطة telephone wires to teletypewriters أسلاك التليفونات إلى الآلات الكاتبة عن بعد في مكاتب الصحيفة، وشهدت الأربعينات إدخال Teletype setter machines آلات صف الحروف من بعد التي سمحت للقصص الخبرية الآتية من الوكالات في شكل شريط ورق مثقب perforated paper tape أن يتم تغذيتها إلى آلات صف الحروف الحرفية، أو السطرية linotype, machines بدون تدخل يدوى من المحررين، وأدى هذا إلى تفويض الوكالات مهام تحريرية وإضفاء نوع من المعيارية على أسلوب تحرير الصحف حيث شجعت على الفصل بين التغطية الإخبارية المعلوماتية fact based reporting ومقالات الرأي Op-eds.

ومع انتقال الصحف من الجمع السطرى الساخن إلى الجمع التصويري linotype to photocomposition في أواخر الستينات وأوائل السبعينات ، أصبحت الأخبار ترسل بواسطة التليفون، أو خدمة القمر الصناعي، وتعيد الصحف بناء المعلومات كما تريد في الشكل الملائم لها.

ومعظم وكالات الأنباء تقدم لعملائها أيضا صورا فوتوغرافية ، تحليلات إخبارية، وموضوعات معالم خاصة فيتشرز، وبالنسبة لمحطات الراديو والتليفزيون ترسل خدمات إذاعية وتليفزيونية.

ومنذ اختراع الكمبيوتر وظهور شبكة الانترنت أواسط التسعينات أصبحت معظم الوكالات تقدم أخبارها بشكل فوري على شبكة الانترنت، بل وظهرت وكالات أنباء تحاول أن تكون معبرة عن تيار الإعلام أو الصحافة البديلة,"non-corporate view" مثلScoopt كوكالة مستقلة عن ضغوط سوق الوسائل ، وبعضها يكون مجانيا Free online newswire services.

مثـــل:

- PRLog
- PRFree
- PR Leap
- ClickPress
- prMac
- Newsmotto
- USPRwire
- UKPRwire
- Scitech News

وتختلف وكالات الأنباء عن:وكالات الأنباء News syndicate التي تركز على الأخبار والموضوعات، ووكالات تسويق الأخبار والخدمات الخاصة مثل: الرسوم

الهزلية، الأعمدة، موضوعات المعالم، عروض الكتب، وخدمات العلاقات العامة Public التي توزع نشرات صحفية، وأحيانا يكون لوكالة الأنباء فروع تقدم هذه الخدمات.

يشير ياسر محمود عبد العزيز إلى التغير الجوهري الذي طرأ على مفهوم وكالة الأنباء العالمية، محاولا إدراك مفهوم جديد يأخذ في اعتباره التغيرات المتلاحقة التي طرأت على وكالات الأنباء والعالم الذي تعمل من خلاله، ويرى: "أن وكالات الأنباء هي منظمات إعلامية اقتصادية متكاملة، تستفيد من اعلي تجليات التقنية في جمع الأنباء حول العالم وتجهيزها وتطويرها وتصنيفها وتوزيعها بلغات عدة.

وتقوم تلك الوكالات بإضافة المعلومات والتحليل والرأي والصور والرسوم البيانية إلى الأخبار والقصص التي توزعها، وتنشئ وتساهم في إنشاء شركات ذات طابع اقتصادي ومعلوماتي واعلامي، كما تنشئ وسائل إعلام أخرى، كما تطور مؤشرات اقتصادية لقياس أداء أسواق المال، وتجرى استطلاعات رأى لقياس توجهات سياسية.

وفيما تجتهد وكالات الأنباء لتقديم خدمات تنشد التكامل وتغطى مساحات جديدة وتلبى الحاجات الناشئة عبر منافسة ضارية لنظيراتها، تروج لمفاهيمها عن الأشياء والجماعات والدول والأمم، وتطلق صفات وتنسب أدوارا وتؤثر في السياسات وفى الأسواق والثقافات.

وعبر استيعابها وسرعتها في التفاعل مع ثورة المعلومات وشبكة المعلومات الدولية الانترنت ووسائل الإعلام الأخرى والوسائط المتعددة خصوصا، بات كل العالم بفئاته وأفراده العاديين جمهورا مستهدفا لتلك الوكالات أو بعض خدماتها الأخذة في التزايد".[i]

التحدي الذي تواجهه وكالات الانباء:

تواجه وكالات الأنباء تحديا ضخما يتمثل في تلك الوفرة المعلوماتية التي يشهدها العالم منذ أواخر التسعينات فالعالم على حد تعبير الأكاديمي Jose Luis Orihuela

الأستاذ بجامعة University of Navarra الأسبانية يشهد المجتمع الجديد–الرقمي– من الاتصال الذي تم صنعه بواسطة أفراد مستقلين عبر العالم، الذين اختاروا بحكم الحاجة الملحة الاجتماعية والثقافية أن يصبحوا المصادر الجديدة، الموثوق فيها، والأكثر حداثة، للمعلومات الحيوية المتاحة.

ويحفل العصر الرقمي بمجموعة من التحديات الاتصالية الضخمة بالنسبة للوسائل التقليدية التي تمثل الاتجاه العام، علاقات جديدة مع الجماهير (من خلال تقنيات التفاعلية)، لغات جديدة(من خلال توظيف الوسائط المتعددة)، واجرومية (قواعد للكتابة) جديدة (تتمثل في لغة النص المترابط الهيبرتكست).

وابرز ما تتميز به هذه الثورة الاتصالية لم تغير فقط المجال الاتصالي Media landscape للاعبين الحاليين بل فتحت نظام الاتصال الجماهيري لمدى متسع من لاعبين جدد.

واللاعبين الجدد في مجالات الاتصالات الجماهيرية متعددون، القنوات الفضائية التليفزيونية وخاصة الإخبارية، شبكة الانترنت، بمواقعها المختلفة، ومحركات البحث الشهيرة عليها مثل: Google Microsoft وYahoo والصحف الاليكترونية المنشورة على الشبكة، فضلا عن مواقع الصحف ومحطات الإذاعة والتليفزيون، ومواقع التشبيك الاجتماعي، والمدونات، والمنتديات، والوفرة المعلوماتية الفورية ومعظمها مازال مجانيا تهدد الدور والوظيفة التي تأسست عليها الوكالات وهى تقديم المعلومات للمشتركين.

وفى عام 2004 بدأت خمسة من كبريات وكالات الأنباء الأوربية بتكوين تحالف لصناعة جيل جديد من خدمات المعلومات للاتصال عبر الموبايل، المشروع أطلق عليه MINDS (Mobile Information and News Data Services for 3G – www.minds-project.net – the next generation of news)

تم تمويله بواسطة الاتحاد الأوربي من خلال برنامج المحتوى الاليكتروني.

ويستهدف مشروع MINDS إلى تقديم خدمات معلومات مبتكرة إلى التليفون المحمول والوصول إلى معايير تقنية واقتصادية عالية، وسوف يعمل المشروع -بالتعاون- مع وسائل الاتصال الأوربية وصناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية لتسريع نفاذ خدمات التليفون المحمول، من خلال 12 خدمة تليفون محمول للمستهلك الأوربي، والمؤسسات، والمؤسسات العامة.[ii]

فعلى سبيل المثال : أزاح موقع جوجل على الانترنت-عام 2005- الستارعن محرك بحث جديد عن الصحف الاليكترونية من المؤكد أنه سيلبي توقعات هواة هذه النوعية من المواقع.

ويهدف محرك البحث الجديد إلى إدراج وتصنيف جميع الصحف الاليكترونية التي تصدر على الانترنت.

ويعمل المحرك الجديد بنفس أسلوب محرك جوجل التقليدي ولكن نتائجه تقتصر على الصحف الاليكترونية.

ويتطلب الاشتراك في محرك جوجل الجديد دفع رسوم اشتراك ولكن المشترك سيحصل في المقابل على إخطار بأسماء الصحف الاليكترونية الجديدة التي يدرجها جوجل على محركه.[iii]

وفي 26 سبتمبر (أيلول) 2005 تطلق شركة «ياهو» موقعا إخباريا جديدا ينقل تقارير حصرية من مناطق الصراعات الساخنة في العالم، بالصوت والصورة والنص المطبوع. وقالت الشركة إنها ستستعين بالمراسل الحربي العالمي المعروف كيفين سايتس (42 سنة) لتغطية الأحداث الساخنة في العالم بعد أن زودته بكاميرات ذات درجة نقاء عال، ومعدات تقنية أخرى وخصصت له صفحة من المؤمل أن تكون فريدة من نوعها في العمل الإعلامي لأنها ستجمع عبر الإنترنت بين سمات الراديو والتلفزيون والصحيفة المكتوبة في وقت واحد. كما عينت لويد براون، الرئيس السابق لقسم الترفيه والمنوعات في محطة «أي بي سي» الأميركية، للإشراف على الدائرة

الإعلامية التابعة لشركة «ياهو»، والإشراف على قسم الوسائط المتعددة وهو القسم الذي سيتولى نشر تقارير الصحافي كيفين سايتس. وقال براون إن سايتس هو صاحب الفكرة وإذا ما تم تنفيذها بالشكل الصحيح فستكون فرصة لإظهار نوع فريد من التغطية يختلف عن العمل التلفزيوني النمطي. لكنه نفى أن يكون الهدف تأسيس خدمة إخبارية جديدة قائلا: إن ما سيتم هو أقرب ما يكون إلى برامج التغطية الخاصة للاستفادة من موهبة سايتس.

وكان الصحافي سايتس قد حقق شهرة واسعة من تغطيته لحرب العراق وهو صاحب الصور المثيرة للجدل التي التقطها لجندي مارينز أميركي في العراق يطلق النار على جريح عراقي في أحد مساجد الفلوجة ويتأكد من مقتله أمام الكاميرا. وأثارت تلك الصور غضبا واسعا ليس في العالم العربي فحسب بل داخل الولايات المتحدة نفسها.[iv]

ومؤخرا –عام 2007–نجحت شركة جوجل في التوصل إلى اتفاق مع عدد من كبريات وكالات الأنباء في العالم لبث أخبارها على موقعها على الإنترنت مما يسمح بموجبه لزائريه بالإطلاع على الأخبار من مصادرها الأصلية.

وشملت القائمة أربع وكالات أنباء هي (أ.ف.ب) الفرنسية ووكالة أسوشيتدبرس الأميركية ووكالة برس اسوسييشن البريطانية ووكالة كنديان برس الكندية.

وتتيح هذه الخطوة من جوجل لمشتركيها التعرف على الأخبار من مصادرها الأصلية بسهولة ويسر من خلال الموقع على الإنترنت، وتحويلهم إلى مصادر الأخبار الرئيسية، ومنها كبرى المؤسسات الإخبارية العالمية.

وأكدت الشركة أنها ستقدم من خلال تحديثها للموقع الإخباري صفحة تنشر من خلالها جميع الأخبار الخاصة بكل وكالة على حده، بما يمكن القراء من المقارنة بين الأخبار التي تنشرها، والمواقع التي تنقل عنها.

وأشارت جوجل إلى أن هذا الاتفاق لن يزيد من خبرة زائر جوجل فقط، وإنما سيوفر للصحفيين والناشرين التغطيات الإعلامية اللازمة بما يحقق لهم السبق الصحفي.

وتقدم الخدمة الإخبارية الجديدة ميزتين لمستخدمي الإنترنت، حيث سيتمكنون من ناحية من متابعة الأخبار بسهولة ويسر، وسيتم تشجيعهم على تصفح المواقع الإخبارية التابعة لوسائل الإعلام الأخرى، إلى جانب قراءة التقارير الصحفية، وأعمدة الرأي، وستعرض نصوص وصور للأخبار.

وكان موقع جوجل يحيل في السابق مستخدمي الانترنت الذين يبحثون عن الأخبار إلى مواقع وكالات الأنباء هذه.

وتأتي هذه الخطوة في ظل جهود جوجل في العمل بدون كلل من أجل تزويد المتصفحين بالخدمات الإخبارية، فبعد إطلاق خدمتها للأخبار أعلنت الشركة أنها على وشك إطلاق أرشيف إلكتروني مجاني يتيح للمستخدمين الإطلاع على مواد صحفية كتبت من حوالي ثلاثة قرون.

وقد اتفقت جوجل مع المؤسسات الصحفية الكبرى من أجل تطوير هذه الخدمة ومن بينها "واشنطن بوست" و"وول ستريت جورنال"، ومجلة "تايم" وموقع "جارديان انليميتيد" بالإضافة إلى خدمة "ليكسس نكسس".

وكانت مجلة "تايم" قد قدمت لمحرك البحث إمكانية العودة لأرشيف يعود للعام 1923، علاوةً على "نيويورك تايمز" التي أتاحت إمكانية الرجوع إلى أرشيفها منذ العام 1981، على أمل أن توفر قريباً إمكانية الرجوع إلى الأعداد الصادرة في العام 1850 وما بعد.

وذكرت صحيفة "وول ستريت جورنال" أن الخدمة تشمل أيضاً المقالات التي كانت جوجل قد أرشفتها من دون حصول ترتيبات مع ناشريها، وستعود الخدمة لمقالات نشرت في القرن الثامن عشر، بحسب جريدة الشرق الأوسط.

ويطلق على هذه الخدمة اسم "خدمة جوجل للبحث في أرشيف الأخبار"، وتقوم بتوفير روابط للمحتوى المجاني والمدفوع على مواقع ناشريه الإلكترونية، بدون أن يكون فيها أي نوع من الدخل للشركة.

جدير بالذكر أن جوجل قد أطلقت خدمتها الإخبارية الجديدة باللغة العربية عبر موقعها على الإنترنت وتقوم هذه الخدمة بتجميع الأخبار من أهم المواقع الإخبارية في مجالات السياسة والاقتصاد والعلوم والتكنولوجيا والرياضة والفنون، ويتم تحديث صفحة الأخبار هذه بشكل متكرر ليتم توليد محتويات جديدة آلياً.

وتهتم أخبار الخدمة الإخبارية العربية بالأحداث التي تجري في المنطقة العربية، وبتغيير جهة الأخبار في أعلى الصفحة يمكن عرض الأخبار الأكثر تركيزاً على ما يجري في الولايات المتحدة مثلاً أو الأخبار التي تهم دول الإتحاد الأوروبي، كما ورد في مجلة عالم التقنية.

يمكن عرض أخبار الصفحة بالتنسيق الافتراضي، ويمكن الانتقال إلى نمط العرض النصي بالنقر على أمر "الإصدار النصي" في أعلى الصفحة لتحميلها بشكل أسرع للمناطق التي يكون فيها الاتصال بالإنترنت ضعيفاً.[v]

واعتبر رئيس مجلس إدارة وكالة فرانس برس أن "هذا الاتفاق مع بضع وكالات أنباء يعبر عن اعتراف غوغل بقيمة عملها ،وأضاف أن الاتفاق "ستنجم عنه فائدة مزدوجة نشيد بها: تسهيل الوصول إلى أخبار الأحداث العالمية وحمل مستخدمي الانترنت على الإبحار نحو مواقع وسائل إعلام أخرى ولاسيما منها تلك التي تقدم تحليلات وأراء"..[vi]

وأثار ذلك قضية مستقبل وكالات الأنباء وطبيعة دورها في ظل تلك الثورة التكنولوجية المعلوماتية والاتصالية التي نشهدها الآن، لقد كانت وكالات الأنباء تمثل القوى الوسيطة Intermediaries بين العدد الأقصى الممكن من الأبنية التي تزود بمعلومات، والعدد الأقصى الممكن من المستهلكين، ومن بينهم ليس فقط وسائل

الاتصال، بل متخذي القرار في كافة المستويات مؤسسات القطاع الحكومي، الشركات، بورصة الأسهم، البنوك الاستثمارية.

ومع زيادة شعبية الانترنت، أصبح النفاذ إلى سوق المعلومات أكثر اتساعا، ولكن مفهوم وكالة الأنباء قد أصبح له معنى جديدا.

حيث يرى بعض الخبراء ومنهم – Ralif Nigmatullin ، وهو المسئول عن موقع the UzReport.com Internet Portal أن الوكالات المهنية (المحترفة) التي تزود بمعلومات لا تستطيع أن تبقى كأدوات للاتصال بين أهداف المعلومات Information objects، أن تطور أنظمة البحث على شبكة الانترنت سوف يصل في نقطة من الوقت إلى مستوى معين سوف يجعل من تلك الوظائف محتملة، وهذا يدعو وكالات الأنباء اليوم لآن تطور نفسها بشكل مستمر، وتحل ليس فقط المشكلات والمهام المعلوماتية بل أيضا التكنولوجية، فعلى وكالات الأنباء أن توسع وتنوع من مصادرها المعلوماتية كما، وتراقب جودة الرسائل نوعا، وتطور بشكل مستمر برامج خاصة تقسم المعلومات إلى قطاعات، وتضيف عملا تحليليا، تحافظ على النفاذ إلى قواعد بيانات مختلفة، وتبسط عملية معالجة النمو المتسارع من أحجام المعلومات التي يواجهها المستهلكون.

ويؤكد Ralif Nigmatullin على أهمية وكالات الأنباء لوسائل الإعلام، مشددا على أن مواد وكالة الأنباء بوجه خاص تشكل أساسا لا يمكن استبداله أو الاستعاضة عنه لكل منافذ الوسائل الاتصالية الأخرى، مشيرا إلى أنه يمكن مقارنتها بالهواء الذي تستنشقه الجرائد، المجلات، ومحطات الراديو والتليفزيون، فبناء على رسائل وكالات الأنباء، تبنى الخطط التحريرية للوسائل الإعلامية وتنتج موادها، وتصل بعد ذلك إلى جماعة معينة، وبناء على هذه الرسائل، الخطط والمواد التحريرية تبنى وتنتج، وتصل بعد ذلك إلى جماعة معينة من الجمهور، والأخبار تعيش فقط لعدة ساعات، وتجعل الشخص خاضعا لمعايير قاطعة.

وهو يرى أن الأسلوب الاخبارى –الذي تركز عليه الوكالات– هو جنس أو شكل منفصل أو مستقل من العرض المعلوماتى، شكل سريع وسهل في القراءة، وهو بالنسبة لبعض الناس والوكالات يحفظ الوقت، فالأخبار تحدد الحقائق، وتركز الانتباه على النقطة المحورية، والباقي مهمة المندوبون من المنافذ الاتصالية الأخرى التي تنقل عن الوكالات،والأخبار تعيش فقط لعدة ساعات، وتجعل الشخص خاضعا لمعايير قاطعة، أما الأسلوب الاخبارى فهو جنس أو شكل منفصل ومستقل منفصل من العرض المعلوماتى، وهو شكل سريع وسهل في القراءة ،وهو بالنسبة لبعض الناس والوكالات يحفظ الوقت، والأخبار تحدد الحقائق، وتركز الانتباه على النقطة المحورية، الباقي مهمة المندوبون من المنافذ الاتصالية الأخرى التي تنقل عن الوكالات.[vii]

التطــور التكنـولوجـي ووكــالات الأنبـــاء:

وكشفت دراسة مقارنة أجراها محمود حمدي على تأثير التطور التكنولوجي على أسلوب التحرير في وكالتي الأنباء من خلال دراسة تحليلية وميدانية على وكالتي أنباء الشرق الأوسط ووكالة أنباء كندا عن النتائج التالية:[viii]

وكالة أنباء الشرق الأوسط :

ويرجع التفكير في إنشاء وكالة أنباء الشرق الأوسط "أ.ش.أ." Middle East News Agency (M.E.N.A) إلى 15 ديسمبر 1955، وتعد (أ.ش.أ) حاليا من أقوي وكالات الأنباء الإقليمية وأكبر وكالة أنباء عربية وأفريقية وجاء ترتيبها الحادي عشر في قائمة وكالات الأنباء العالمية (وفق تقرير منظمة اليونسكو)[ix].

أهداف الوكالة:

وتمثلت أهداف وكالة أنباء الشرق الأوسط .. منذ نشأتها وحتى الآن فيما يلي:

- الحصول على الأنباء من مختلف المصادر في الداخل والخارج وبثها وتسويقها، باعتبارها وكالة أنباء إقليمية تقدم – من هذا المنظور – رؤية واعية للأحداث

والتطورات التي تهم المنطقة سواء ما جرى منها في أرض المنطقة ذاتها أو ما يتصل بها في عواصم العالم.

- إعداد مختلف المواد الصحفية من تحقيقات وصور وأبحاث ودراسات وتسويقها في الداخل والخارج.
- إصدار النشرات النوعية المتخصصة باللغة العربية واللغات الأجنبية في شتى المجالات التي تهم المشتركين.
- تقديم الخدمات الإخبارية الخاصة لوكالات الأنباء العالمية ولمراسلي وسائل الإعلام المقيمين بالقاهرة أو بالمنطقة.
- تقديم خدماتها الفنية من خلال ثلاث أقمار صناعية للمشتركين ووكالات الأنباء.
- تقديم خبراتها الصحفية الفنية لوكالات الأنباء الوطنية في العالم العربي وأفريقيا ودول العالم الثالث.

التنظيم الإداري للوكالة:

يتكون مجلس إدارة الوكالة من اثني عشر عضوا بجانب الرئيس. ويعين المجلس الأعلى للصحافة نصفهم بناء على ترشيح رئيس مجلس الإدارة. والنصف الآخر يتم اختيارهم بالانتخابات المباشرة من قبل العاملين بالوكالة ويختص مجلس الإدارة بوضع السياسات وخطط العمل والموازنات السنوية ومشروعات تطوير وتحديث العمل بالوكالة.

ويجتمع المجلس مرة كل شهر على الأقل ويتولى رئيس مجلس الإدارة اختصاصات المجلس أثناء عدم انعقاده ويتولى بحكم القانون إدارة وتوجيه العمل اليومي للوكالة، ويرأس مجلس إدارة الوكالة ورئاسة التحرير الأستاذ / عبد الله حسن الذي شغل هذا المنصب يوم 4 يوليو 2005، خلفاً للأستاذ محفوظ الأنصاري، ويدير رئيس مجلس الإدارة العمل اليومي من خلال عشرة قطاعات يتضمنها التنظيم الإداري

للوكالة.. ستة قطاعات منها تختص بالعمل الصحفي.. وأربعة قطاعات خاصة بالإدارة.

وقطاعات العمل الصحفي هي: قطاع الأخبار. قطاع التحرير. قطاع النشرات. قطاع المكاتب الخارجية. القطاع الاقتصادي. قطاع التحرير المصور.... ويعاون رئيس مجلس الإدارة في هذا المجال "مجلس التحرير" الذي يتولى متابعة العمل اليومي في هذه القطاعات ويتم تشكيله بقرار من مجلس الإدارة ويضم نخبة من الصحفيين يجمعون بين الخبرة والكفاءة المهنية. أما قطاعات الإدارة فهي: قطاع الشئون المالية والإدارية. القطاع الفني. القطاع التجاري. قطاع التفتيش.

كما يتضمن التنظيم الخاص بوكالة أنباء الشرق الأوسط "الجمعية العمومية " وهى تتكون من 30عضوا يتم اختيار ثلثهم بالانتخاب المباشر من العاملين بالوكالة.. والباقون يتم تعيينهم بقرار من المجلس الأعلى للصحافة بناء على ترشيح رئيس مجلس الإدارة، وتختص الجمعية العمومية بمتابعة أداء مجلس الإدارة واعتماد خطط وبرامج العمل والموازنات السنوية والموازنات التخطيطية للوكالة.

وفى الداخل.. تتواجد الوكالة علي ساحة الأحداث بكثافة وفعالية عبر مكاتبها ومراسليها في جميع المحافظات لتزويد المركز الرئيسي بمختلف الأخبار والتحقيقات والموضوعات التي تغطى جوانب الحياة في المحافظات.

أما شبكة مراسلى الوكالة فى الخارج.. فتضم 38 مكتبا ومراسلا ينتشرون فى عواصم العالم **كالتالي:**

- **الوطن العربي – ستة عشر مكتبا ومراسلا:**

بيروت. دمشق. بغداد. الكويت. الرياض. أبوظبى. صنعاء. عمان. غزة. الخرطوم. طرابلس. تونس. الجزائر. الرباط . نواكشوط . رام الله..

- **أوروبا والولايات المتحدة – أحد عشر مكتبا ومراسلا:**

واشنطن. نيويورك. لندن. باريس. موسكو. برلين. روما. جنيف. سراييفو. أثينا. بروكسل.

- **أفريقيا – أربعة مكاتب ومراسلين:**

نيروبي. أديس أبابا. داكار. جوهانسبرج .

- **آسيا—خمسة مكاتب:**

إسلام أباد. أنقرة. بكين. جاكرتا. نيودلهى.

الخدمات التى تقدمها الوكالةx:

أ- الخدمات الإخبارية :

تقدم وكالة أنباء الشرق الأوسط ست خدمات إخبارية فى وقت واحد تبث كل منها خدماتها طوال ثمانية عشر ساعة يوميا على الأقل تمتد إلى أربعة وعشرين ساعة لتغطية الأحداث المهمة.. وهى:

- النشرة العربية المحلية وهي موجهة إلي المشتركين داخل مصر. وتركز على تغطية مختلف جوانب النشاط السياسى والاجتماعى والاقتصادى والثقافى والرياضى الخ .. مع التغطية الشاملة لأهم الأخبار والأحداث العربية والشرق أوسطية والعالمية.
- النشرة العربية الخارجية وهى موجهة للمشتركين خارج مصر. وتركز على تقديم تغطية إخبارية مركزة ووافية وشاملة لأهم الأخبار والأحداث فى مصر فضلا على التركيز على الأحداث والتطورات فى العالم العربى ومنطقة الشرق الأوسط والتغطية الواسعة للأحداث العالمية.
- النشرة الإنجليزية والنشرة الفرنسية وتقدم هاتان النشرتان أهم ما تبثه النشرتان العربيتان. وهما موجهتان إلى المشتركين الناطقين بالإنجليزية والفرنسية داخل مصر وفى الخارج.

- النشرة الدولية الخاصة (ن.د.خ)، بدأت فى عام 1989 وهى نشرة تهتم بالأخبار السياسية فى المنطقة العربية ومنطقة الشرق الأوسط وتتضمن أخبارا خاصة اعتمادا على مصادر مختلفة واختيارات دقيقة.
- النشرة الاقتصادية: بدأت فى عام 1991 وهى نشرة يومية تبث باللغة العربية ومن التاسعة صباحاً وحتى العاشرة مساء وتتضمن أهم الأخبار الاقتصادية فى مصر والعالم وأسعار العملات وحركة البورصات وأسواق المال والبنوك .

ب- التحقيقات الصحفية والخدمة المصورة:

تقوم الوكالة بإعداد مجموعة متنوعة من التحقيقات الصحفية المصورة تغطى مختلف مجالات تصوير الحياة الثقافية والفنية والعلمية والرياضية والتاريخية الخ .. داخل مصر وخارجها، كما تزود المؤسسات الصحفية والإعلامية المصرية والأجنبية بصور الأحداث المهمة فى مصر.

ج- النشرات المطبوعة

تصدر الوكالة مجموعة متميزة من النشرات المتخصصة المطبوعة .. هي:

1. نشرة C.P.R (Cairo Press Review) وتصدر يوميا باللغة الإنجليزية وتقدم للقارئ غير الناطق بالعربية موجزا لأهم الأخبار والتعليقات المنشورة فى الصحف الصادرة فى مصر .. وتوزع هذه النشرة على السفارات والمكاتب الصحفية والمؤسسات الأجنبية بالقاهرة نظير اشتراك خاص.
2. نشرة P.P.R (Party Press Review) وتصدر نصف أسبوعية باللغة الإنجليزية وتقدم عرضا وافيا لأهم الأخبار والقضايا التى تنشرها الصحف الحزبية فى مصر.
3. المجلة الاقتصادية M.E.N (Middle East News) وتصدر أسبوعيا باللغة الإنجليزية وتقدم عرضا وافيا لأهم الأخبار والقضايا الاقتصادية التى تعنى المهتمين والعاملين فى الحقل الاقتصادى فى مصر.

كما تصدر الوكالة عددا من النشرات المتخصصة باللغة العربية.. وصل عددها الآن إلى عشر نشرات وتقدم كل هذه النشرات عرضا للأحداث فى مصر وفى الخارج فى المجالات التى تعبر عنها عناوينها، وهى موجهة بالأساس للعاملين فى مختلف الحقول والمهتمين بهذه التخصصات.

ويتولي تحرير وتغذية هذه النشرات والمطبوعات ما يقرب من أربعمائة صحفي يتناوبون العمل طوال اليوم فى المركز الرئيسى للوكالة ومن خلال شبكة مترامية الأطراف فى مصر والخارج.

التعاون الدولى:

ترتبط وكالة أنباء الشرق الأوسط بعقود تعاون وتبادل إخبارى مع خمس وعشرين وكالة أنباء عربية وإقليمية ودوليه كما إنها عضو مؤسس فى وكالة الأنباء الإسلامية ووكالة الأنباء الأفريقية ومجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز واتحاد وكالات الأنباء العربية ورابطة وكالات أنباء البحر الأبيض المتوسط.

وكالة الأنباء الكندية:

أنشئت الوكالة فى عام 1917، وتعتمد الوكالة على الخدمة الإخبارية المقدمة من 600 صحيفة ومحطة إذاعية وتليفزيونية مما أتاح لها ثراء إخبارياً حيث إن الوكالة عبارة عن شركة مساهمة تشارك فى ملكيتها بعض دور الصحف و المحطات الإذاعية والتليفزيونية.

خدمات الوكالة الحالية:

1- خدمات الأخبار :

وتمد هذه الخدمات المشتركين بكل الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية طبقا لفئات التصنيف التى حددتها الوكالة. وتأخذ هذه الخدمات شكلين، هما:

- **الخدمة الإخبارية الكاملة:** وهذه تشترك فيها وسائل الإعلام والمؤسسات الكبيرة.
- **الأخبار المنتقاة :** التي ترسل إلى المشترك عبر البريد الالكتروني حسب حاجته.

2- خدمة الانترنت:

وتتوجه هذه الخدمة إلى المواقع على الانترنت التي تريد تعزيز ما تنشره بأخبار وصور ورسوم بيانية. وتمد وكالة كندا برس العديد من مواقع الانترنت بهذه الخدمة باللغة الإنجليزية والفرنسية. وهذه الخدمة تقدم بنظام الحزم حيث يأخذ كل موقع الأخبار التى تلبى احتياجات زواره فقط.

3- خدمات الصور :

وتشتمل على نوعين من الخدمات :

- **خدمة الصور:** حيث يوجد بنك للصور تابع للوكالة، ومتاح من خلال شبكة الانترنت ويتوجه خصوصا إلى الصحف والمجلات وشبكات التلفزيون والمؤسسات المختلفة و دور النشر والمواقع على الانترنت، والأفراد.
- **خدمة الرسوم التفاعلية:** وهي خدمة تقدم عروضا تفاعلية مختلفة وتتوجه إلى أصحاب المواقع على الانترنت باللغتين الإنجليزية والفرنسية.

4- خدمات الفيديو:

تعد وكالة كندا برس القصص الإخبارية التليفزيونية وتبثها لمحطات التليفزيون والانترنت.

5- خدمات تصميم وصيانة المواقع الالكترونية:

إن الوكالة لديها فريق فنى متكامل ويقدم خدماته للعديد من مواقع الانترنت، وكذلك المواقع المشتركة فى الخدمات الإخبارية للوكالة.

6- **خدمة الكتب الاسلوبية :**

فالوكالة تعرض ثلاثة كتب فى موقعها خاصة بالعمل الإعلامى وهى :

1- كتاب BN News Talk :وهو عبارة عن دليل للعمل التليفزيونى والصحافة الالكترونية كما يهدف إلى إعطاء المذيعين والمحررين الإرشادات اللازمة لنطق الأسماء وأسماء الأعلام فى اللغات المختلفة ، بل وفى اللهجات المختلفة داخل اللغة الواحدة .

2- كتاب CP Style Book :وهو دليل أسلوبى للصحفيين ومحررى نشرات العلاقات العامة والمجلات ويعرض لطرق كتابة وتحرير العديد من الأشكال الصحفية.

3- كتاب CP Caps and Spelling :وهو تجميع من الدليل الأسلوبى للوكالة وخبرات كبار الصحفيين فى الوكالة.

التطور التكنولوجي الذى مرت به وكالة أنباء كندا وتأثيراته:

بدأت عملية التحديث فى الوكالة منذ عام 1994 حيث بدأت تعتمد على الحاسبات بدلا من الآلات الكاتبة فى جمع الأخبار، ثم تم بناء شبكة محلية للوكالة تربط المقر الرئيسي بمكاتب الوكالة وترتبط بشبكة الانترنت، وأصبحت تعتمد على الانترنت أو البث من خلال الأقمار الصناعية فى تلقى الأخبار والصور وكذلك فى عملية البث للعملاء أو المشتركين. كما تم تحديث قسم الاستماع بـــ 10 حاسبات لاستقبال بعض القنوات الفضائية والإذاعات، ويسمح النظام بتسجيلها وتخزينها لمدة 4 أيام و بالتالى وفر هذا النظام سهولة الحصول على مزيد من الأخبار التى ندعم بها نشرة الوكالة. وأصبحت الآن تستخدم الكاميرات الرقمية فى التصوير الصحفى، والوكالة بها 18كاميرا رقمية فى المقر الرئيسى، كما أن هناك عدد كبير من الكاميرات فى مكاتب الوكالة فى الأقاليم المختلفة. وقد سهل التحديث التكنولوجى الكثير من الأعمال الصحفية.

كما ساهمت التكنولوجيا فى سرعة ملاحقة الوكالة للأحداث، فالوكالة مجهزة باستوديو مجهز بأحدث الوسائل التكنولوجية الرقمية التى تسهل عمليات التصوير والمونتاج إلى حد كبير، كما توجد سيارة مجهزة لمتابعة الأحداث الطارئة ونقلها من خلال الاتصال بالأقمار الصناعية، وساهمت هذه التطورات فى جعل كندا برس فى قلب الأحداث ومتابعتها لحظة بلحظة.كما أن مكاتب الوكالة الإقليمية مزودة بكاميرات الفيديو لنقل الأحداث بالصوت والصورة.

أثر التطور التكنولوجي على طريقة حصول الوكالة على الأخبار وبثها:

"كانت الوكالة تعتمد على التليفون ثم الفاكس فى نقل الأخبار، وكانت تعانى كثيرا حيث كانت الاتصالات صعبة خصوصا قبل التطورات التى حدثت فى الاتصالات التليفونية، وكان ذلك الوضع يتسبب فى ضياع الكثير من الأخبار وعدم نشرها فى مواعيدها الحقيقية ، ثم سهل الفاكس طريقة عملها بعد ذلك".

كما سهلت التكنولوجيا سهلت الطريقة التى تعمل بها الوكالة كثيراً، فالمندوب يكتب الخبر وهو فى موقع الحدث على الحاسب المحمول، ثم يدخل من الموقع الذى يعمل فيه على أرشيف الوكالة ويعمق الموضوع، ثم يقوم بصياغة موضوعه ويرفقه بالصور اللازمة ويتم إرسال الخبر إلى الديسك المركزى Central desk، لمراجعة الخبر ثم يتم بثه فى نفس اللحظة. فلدي الوكالة الآن حوالى 20 حاسبا محمولا فى مقر الوكالة الرئيسى، و5حاسبات محمولة فى كل مكتب خارجى، يستخدمها الصحفيون فى تغطية الأحداث الخارجية،هذا بخلاف الحاسبات الشخصية الموجودة على الشبكة المحلية، وهى مزودة بأحدث البرامج التى تسهل عمل الصحفى، كما تم تدريب الصحفيين على استخدامها بشكل جيد.

أثر التطور التكنولوجي على تطور الإنتاج و الأداء التحريرى داخل الوكالة:-

1- تطور إنتاج الوكالة:

قبل التحديث التكنولوجى للوكالة كانت تذيع نحو 300 خبرا فى اليوم، ويبلغ متوسط النشرة حاليا حوالى 750 خبرا فى اليوم.... فالوسائل الإعلامية المساهمة فى

الوكالة أصبحت تمدها بكمية أكبر من الأخبار نظرا للتطور الذى حدث فى مصادر أخبارها، كما زاد إنتاج المراسلين و المندوبين.

2- تنوع الأشكال الصحفية:

ساعدت التكنولوجيا الوكالة على تنوع الفنون الصحفية بها فلم تعد تقتصر على الخبر كما كان يحدث من قبل، فقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة فى زيادة إنتاج الوكالة من القصص الإخبارية والتقارير والتحقيقات الصحفية، فالتغطية الصحفية أصبحت تميل نحو العمق، كما أصبحت ننتج الموضوعات الخفيفة Features والتحليلات السياسة Political Analysis والتعليقات Comments، وغيرها من الأشكال الاستقصائية.

وكان إنتاج الوكالة يتركز فى البداية فى الأخبار القصيرة السريعة Spot News، وهى عبارة عن تقارير سريعة آنية عن الأحداث، وكانت الاتصالات التقليدية كالتلغراف والتليفون عائقا كبيراً فى نقل كافة التفاصيل المرتبطة بالحدث، وكانت تستخدم القصة الخبرية فى تغطية بعض الأحداث.

وقد ساهمت التكنولوجيا فى إحداث طفرة فى إنتاج الوكالة، فقد زاد إنتاج الوكالة من الأخبار الخاطفة أو الفلاش Flash الى حد كبير، واتجهت نحو استخدام الأشكال الاستقصائية مثل التقارير والتحقيقات الصحفية.

والوكالة بصدد إنشاء قسم خاص للتغطية الاستقصائية لإنتاج تحقيقات صحفية وحوارات وتحقيقات مصورة وتقارير إخبارية لتقديمها كخدمة خاصة لوسائل الإعلام التقليدية ومواقع الانترنت.

وفيما يتعلق بالمؤتمرات الصحفية لا تأخذ الوكالة بطريقة السؤال و الجواب فهى طريقة تقليدية، ولكننا ننشر تفاصيل المؤتمر فى شكل قصة خبرية شاملة لكل محاور المؤتمر وندعمه بالصور والخلفيات المساندة له، وإذا كانت هناك معلومات أو تصريحات هامة فيتم نشرها على هيئة أخبار عاجلة، كما أن المحرر ربما يكتب بعض

القصص الإخبارية الجانبية التى تركز على زوايا معينة أو ما يدور فى كواليس المؤتمر وهذه الأشكال الجانبية تكون على درجة كبيرة من الأهمية لأنها هى التى تجعل لتغطيتنا تميزها عن باقى الوسائل الأخرى".

ويتضح من ذلك أن التكنولوجيا الحديثة أعطت كلا من المندوب والمحرر الصحفى فى وكالة الأنباء الكندية مرونة هائلة فى التعامل مع المؤتمرات الصحفية، إذ يختار المحرر ما يراه بارزا وضرورياً لذكره فى إطار قصته الخبرية أو تقريره، كما يستعين بعناصر إخبارية أخرى ومعلومات واقتباسات، ويعطى ايضاحات، بما يضع العناصر الخبرية الواردة بالمؤتمر الصحفى فى سياقها الأشمل.

وفيما يتعلق باستخدام الوكالة للأشكال الخبرية المساندة: ساعدت التكنولوجيا الراهنة على التوسع فى إنتاج الأشكال الخبرية المساندة التى تدعم الأخبار الهامة وتتابع تطوراتها. فقد أصبحت الوكالة تستخدم الأشكال المساندة لشرح بعض الحقائق أو تفسير بعض زوايا الأحداث من خلال تقديم بعض المعلومات البسيطة، والتى تصاغ بأسلوب سهل بحيث تفسر الكثير من الأخبار والموضوعات التى يتم نشرها، ففى الأحداث الرياضية مثلاً يمكن بث تقرير خلفية يشرح تاريخ لعبة معينة وطريقة لعبها ومراحل التطور التاريخى الخاص بها، وهذه الأشكال أصبحت تعتمد عليها الوكالة فى إنتاج الرسوم التفاعلية Interactive Graphics فيتم دمجها فى مكونات العرض بحيث تعطى خلفية شاملة عن الموضوع المعروض.

كما تستخدم الوكالة أشكالا مساندة أخرى مثل:

- **تقريرالمحصلة Roundup**: وهو تقرير شامل تقدمه الوكالة فى حالة الأحداث الطارئة، مثل الكوارث الطبيعية، والحوادث الكبيرة، بحيث يقدم المحرر أحدث التطورات الخاصة بالحدث مع ربطها بالتفاصيل السابقة وتعميقه بالمعلومات الخلفية ذات الصلة بالحدث.

- **تقرير "الدورة الجديدة":** ويتناول فيه محرر الدورة الجديدة في الديسك الموضوع الأكثر أهمية في الدورة السابقة، ويركز على الجوانب الجديدة في الخبر، ويحررها في تقرير شامل تحت اسم "دورة جديدة"، وهذا التقرير تقوم الصحف والإذاعات ببثه مباشرة دون إعادة صياغته في أغلب الأوقات..

- **تقرير النظرة المسبقة:** قدمت الوكالة العديد من تقارير النظرة المسبقة في الأحداث الهامة مثل الانتخابات الكندية حول احتمالات فوز الليبراليين والمحافظين وأثرها على علاقات كندا الخارجية.

- **موضوعات المعالم:** زاد إنتاج الصحفيين من "موضوعات المعالم"، أو الفيتشر Feature، كما أن بعضهم استطاع أن ينتج هذه الموضوعات باستخدام الوسائط المتعددة فيما يعرف بـ Interactive Flash بحيث توظف فيها الصور والرسوم والفيديو، وهناك إقبال شديد على هذه الموضوعات. ويتم أرشفة هذه الموضوعات بشكل مستقل بحيث يتم عمل بنك خاص بالموضوعات الصحفية التفاعلية لتسويق موضوعاته عبر شبكة الانترنت.

- **تقارير اللمحة الشخصية:** زاد إنتاج الوكالة من تقارير اللمحة الشخصية (البروفيل الصحفي Profile) بحيث تعطي خلفية أعمق عن الشخصيات الهامة في الأحداث التي نقوم بتغطيتها، ودورها في صناعة هذه الأحداث وماضيها وعلاقاتها..الخ. كما أننا نستخدم هذه التقارير في العروض التفاعلية.

- **الموجز Top News:** في نهاية كل دورة من دورات الوكالة الرئيسية. وهو عبارة عن تقرير يعرض لأهم الأخبار التي تم بثها على مدى الدورة التي يذاع الموجز في ختامها. و يقوم محرر الديسك باختيار أكثر الأخبار أهمية وعرضها وفقا لدرجة أهميتها، والوكالة تقدم الموجز مرتين يوميا.

- **تقرير عرض الصحف:** تقدم الوكالة تقارير عرض بما نشرته الصحف في كندا والولايات المتحدة، وتقدم تقارير خاصة بكل مقاطعة تشرح فيها أهم ما ورد

بصحف كل منطقة مع بعض ما ورد بالصحف القومية والأمريكية. وتقدم هذه العروض على هيئة تقارير خبرية يقوم بصياغتها ويشارك فى تحريرها المكاتب الإقليمية للوكالة حيث يعرض كل مكتب لأهم ما ورد بصحف الإقليم التابع له.

- **المتوقعات:** بغرض إعلام وسائل الإعلام المشتركة بأخبار أو أحداث أو موضوعات ذات أهمية، ستبث الوكالة أشكالاً خبرية تتعلق بها فيما بعد، وهذه المتوقعات ننشرها للمشتركين لدينا من الشركات والمؤسسات ليتم إعلامهم بالأحداث المستقبلية التى تهمهم فى خدمة تعرف باسم Command News.

كما بدأت فى انتاج بعض التقارير التى تتناول أحداث أيام محددة فى التاريخ بعنوان Day in History باستخدام الرسوم التفاعلية، تركز فيها على الأعياد والمناسبات، وبعض الأحداث التاريخية، فهذه التقارير عبارة عن مادة وثائقية للصحف و تشتريها بعض مواقع الصحف الالكترونية.

وقد زاد إنتاج الوكالة من الصور والرسوم المساندة، وكذلك الخرائط والرسوم التفاعلية التى أصبحنا ننتجها بسهولة فى الوكالة.

3- تطوير الخبر ومتابعته بأشكال صحفية أكثر تطوراً: -

لم تعد الوكالة تستخدم الإضافات فى بث الأخبار، فالصحفيون فى الوكالة مدربون على أساليب الصياغة الصحفية ولديهم القدرة على الكتابة والتحرير بأنفسهم، ومن ثم فليست هناك صعوبة فى تطوير الخبر الى قصة خبرية أو تقرير، خاصة أن هذه الأشكال الصحفية يتم بثها إلى العديد من مواقع الصحف الالكترونية، التى يتم تحديثها باستمرار ويوفر البث بهذه الطريقة الكثير من الجهد على محررى الديسك، كما أن كل صحفى لديه أرشيفه الالكترونى ويقوم بأرشفة الموضوعات التى بثها على نشرة الوكالة، وإذا كانت تحتاج إلى تطوير فإنه يفتح عليها مرة ثانية، ويحدث التعديلات اللازمة ويعيد بث الخبر أو التقرير وربما تصل عملية التوسع هذه الى 10 أو 12 مرة حسب سخونة الأحداث وتطوراتها، فلم تعد هناك صعوبة فى عملية تطوير الخبر،

ويمكن للديسك الصحفى أن يتدخل بدمج بعض الموضوعات الصحفية مع بعضها البعض، كما يمكن أن ينتج بعض الأشكال المساندة للأشكال الصحفية التى تم بثها على نشرة الوكالة.

وتمتلك الوكالة دليلا أسلوبيا Style Book للتحرير الصحفى، وتطوره باستمرار، ويلتزم به جميع الصحفيين، حتى تكون هناك وحدة أسلوبية فى الصياغة والتحرير وكتابة الاختصارات وطريقة كتابة الأسماء ...الخ.

4- تعددية المصادر الصحفية:

تتمثل مصادر الوكالة فى الآتى:

- **المصدر الأول:** ويشمل المؤسسات الصحفية المشاركة فى ملكية الوكالة، وتمد تلك المؤسسات الصحفية الوكالة بما لديها من أخبار وصور وبما يجعلها الوكالة الأكثر تميزاً عن الوكالات الأخرى في الاعتماد على هذه المؤسسات. ويقوم فريق العمل داخل الوكالة بتصنيف هذه التقارير الإخبارية للتأكد من أن الأخبار الهامة قد تمت تغطيتها ــ كل يوم ــ حتى تكون متاحة لباقي الوسائل الإعلامية الكندية بأسرع ما يكون.
- **المصدر الثاني:** ويشمل المندوبين والمكاتب الخاصة بالوكالة حيث يقوم المندوبون Reporters، والمصورون photographers داخل الوكالة ومن خلال مكاتبها المنتشرة في كندا بجمع الأخبار وتزويد الوكالة بها.
- **المصدر الثالث:** ويشمل جميع المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية المشتركة في خدمة الوكالة الإذاعية حيث يمدون الوكالة بكل ما لديهم من أخبار وموضوعات.
- **المصدر الرابع:** اتفاقيات التبادل مع بعض الوكالات ومنها وكالة Associated Press الأمريكية.

- **المصدر الخامس:** المراسلون المتجولون الذين يمدون الوكالة بأهم الأحداث العالمية من خلال وجهة النظر الكندية.
- **المصدر السادس:** ويشمل الانترنت والاستماع.

وتقوم الوكالة بدمج هذه الأخبار وتصنيفها وإعادة بثها بشكل فوري وبالتالي فهي تتمكن من تقديم تغطية سريعة وفورية وعلى درجة كبيرة من العمق والتنوع depth, breadth, timeliness, diversity reporting.

والوكالة تشترك فى شبكة "بروفنت" ProfNet التى أتاحت الفرصة للصحفيين للاتصال بالمصادر الخبيرة على مستوى العالم فى موضوعات معينة، كما حدث فى موضوع أنفلونزا الطيور السابق الإشارة إليه. كما أن هناك اتفاقيات تبادل إخبارى مع الوكالات العالمية مما أعطى لنا فرصة فى الحصول على كم هائل من المعلومات.

ونظراً لأن الوكالة شركة مساهمة لبعض المؤسسات الصحفية الكبرى فان ذلك يعوقها عن التحديث والتطوير بالشكل اللائق نظراً لقلة الدعم، إلا أنها نحاول أن نبحث عن مصادر دخل جديدة من خلال تقديم خدمات صحفية جديدة وتسويقها من خلال الانترنت، حتى تتمكن من الاشتراك فى قواعد بيانات وبنوك معلومات.

5- تنوع المضامين الصحفية:

ساهمت التكنولوجيا الىَ حد كبير فى تعددية المضامين الصحفية، وأصبحت فئات أخبار الوكالة متنوعة وتشمل 38 فئة.

وأصبحت الوكالة تميل إلى التخصص فى العمل الصحفى فالمضمون الاقتصادى يتفرع الى فئات وكذلك الرياضى وغيره من المضامين الصحفية حتى يكون هناك عمق أكثر، وبهذا تتعدد مجالات الطلب على إنتاج الوكالة سواء من وسائل الإعلام التقليدية أو مواقع الانترنت أو بعض المؤسسات والأفراد.

6- التوازن و الدقة فى نشر الخبر:

أتاح ظهور الانترنت لوكالة كندا برس الفرصة لتحقيق التوازن فى نشر الأخبار حيث حدث نوع من التحول فى الممارسة الصحفية بشكل عام داخل المجتمع الكندى، وقد استفادت الوكالة من ذلك الوضع بدرجة كبيرة خاصة أن بعض كبار المساهمين فى رأس المال الخاص بالوكالة بدأوا يفكرون فى الانسحاب.

وقد أثرت التكنولوجيا بشكل ايجابى فى موضوع الدقة نظراً للإعداد الجيد للصحفيين فى كيفية استخدام الانترنت والتعامل معها صحفيا كمصدر للمعلومات، كما أنه يمكن مقارنة المعلومة من أكثر من مصدر.

7- السرعة:

لعبت التكنولوجيا دورا هاما فى تحقيق عنصر السرعة فى نقل الخبر، حيث تستطيع الآن ملاحقة الأحداث لحظة بلحظة ، فالسباق فى الحصول على الأخبار وبثها ارتفع بعد ظهور الفضائيات والانترنت وإذا لم تسابق سوف يسبقها غيرها وهذا ليس فى صالحها.

8- سهولة متابعة نشرة الوكالة:

أتاحت الحاسبات الإلكترونية متابعة نشرات الوكالة باستمرار والاطلاع على ما تم نشره فيها فالحاسبات أتاحت متابعة كل الأخبار التي ترد إلى الوكالة من كافة مصادرها، وبالتالي أصبح هناك مرونة فى الأداء وقلت عمليات التكرار فى نشر الأخبار، بل إن متابعة النشرة من جانب الصحفيين سهل عملية التكامل فى العمل الصحفى فكل منهم يتابع ما كتبه الآخرون ويحدد الجوانب الجديدة التى سوف يكتب عنها.

9- استكمال الأخبار:

لدي الوكالة أرشيف صحفي الكتروني، ويسهل للصحفيين الدخول عليه من مواقعهم المختلفة للحصول على المعلومات والصور التى يحتاجون إليها فى معالجاتهم الصحفية، كما أن هناك أرشيفات بعض الصحف والمواقع الإخبارية التى أعطت

الفرصة للصحفيين للتعمق وإضافة الخلفيات والتفاصيل الخاصة بالأحداث، كما أن الوكالة تحصل على خدمات الصحف المساهمة فيها والمحطات الإذاعية كذلك وهو ما يثرى التغطية الصحفية لدينا.

10- مصداقية الخبر:

لا تنشر الوكالة الأخبار إلا بعد التأكد من مصداقيتها حتى لا تتورط الوكالة فى أى غرامات مادية فقانون التشهير الكندى يجعل الصحفى يتردد كثيرا قبل أن ينسب أى اتهامات للآخرين، بالإضافة إلى أننا حريصون على سمعة الوكالة، والانترنت أعطت فرصة كبيرة للاتصال بالمصادر والتأكد من صدق المعلومات بأكثر من طريقة.

11- الإبداع فى الصياغة الصحفية:

ساندت التكنولوجيا الوكالة كثيرا فى عملية الإبداع فى الكتابة الصحفية سواء بالشكل التقليدى، فالصحفيون لديهم الأدوات التى تساندهم فى الصياغة بشكل أفضل، كما أن التكنولوجيا ساعدتنا على الإبداع فى مجال التحرير الالكترونى من خلال إنتاج الأخبار بالشكل التفاعلى لها، وأصبحت الوكالة تقدم جوائز شهرية لأحسن الأعمال الصحفية والتليفزيونية،

12- اتساع النطاق الجغرافى للتغطية:

كما لعبت التكنولوجيا دورا كبيرا فى توسيع نطاق الأخبار المنشورة، فالانترنت والفضائيات ساعدتها على الوصول إلى أخبار لم تكن تصل إليها من قبل، خاصة فى مجال الأخبار الدولية، ولها مراسلون متجولون فى-الأماكن الساخنة بالأحداث. فضلا عن قسم متطور للاستماع وهو مزود بأحدث الوسائل التكنولوجية التى تساند فى الحصول على الأخبار الدولية وتخزينها لمدة 4 أيام بحيث يسهل الرجوع إليها فى أى لحظة.

13- أثر التطور التكنولوجى على تطور القيم و المعايير الصحفية داخل الوكالة:

حدث تطور الى حد ما فى معالجة الوكالة لأخبار الفساد والرشوة فأصبح هناك تركيز أكبر على مثل هذه الموضوعات، كما اتجهت الوكالة إلى متابعة الموضوعات الترفيهية فهى تحظى بطلب بعض مواقع الانترنت.

14- أثر التطور التكنولوجى على السبق الصحفى داخل الوكالة:

ساهمت التكنولوجيا فى زيادة قدرة الوكالة على تحقيق انفرادات صحفية، وقد حدث ذلك عندما قام Murray Brewster بتحقيق سبق صحفى فى تغطيته لحادث حريق غواصة بحرية كندية قرب شاطىء سكوتلاند فى أكتوبر 2004. وأصبحت هذه القصة الخبرية عناوين ومانشيتات الصحف الكندية.

واتجهت الوكالة نحو توظيف أساليب التغطية الاستقصائية كنوع من التعويض عن السبق الصحفى الذى تفوقت فيه الفضائيات على وجه التحديد، وكذلك بعض المواقع الالكترونية على الانترنت.

15- دور الوسائل التكنولوجية الحديثة فى تقليص دور حارس البوابة:

مع ظهور الانترنت وتطور الفضائيات قلت هذه المسألة، فما تتجاهله الوكالة سوف ينشره الآخرون، وبالتالى لم يعد هناك مبرر لعدم النشر فهذا ليس فى صالح الوكالة وسمعتها. فالتكنولوجيا ساهمت فى تحرير الصحافة من بعض القيود المتعلقة بعملية حراسة البوابة. وكان حق البث محصورا على عدد معين من الصحفيين فى الوكالة، ولكن الوضع الآن تغير فهناك العديد من الصحفيين المراسلين لهم حق البث خاصة الذين لديهم خبرة كبيرة فى العمل الصحفى، وعندما يكتب المحرر موضوعا صحفيا يقوم ببثه مباشرة علي نشرة الوكالة، وهذا يوضح لنا مدى تراجع دور حارس البوابة، بفضل التكنولوجيا الحديثة، فهناك العديد من الأخبار التى يكتبها بعض الصحفيين ويتم بثها دون مرورها على ديسك التحرير فى الوكالة كما كان يحدث من قبل.

16-أثر التطور التكنولوجى على زيادة عدد المشتركين فى نشرات الوكالة:

زاد عدد المشتركين فى الوكالة بفضل التكنولوجيا، فبالإضافة الى العديد من الصحف والإذاعات والمحطات التليفزيونية المساهمة فى ملكية الوكالة، أصبح لدينا

الآن حوالى 130 مشتركا من الوسائل الإعلامية التقليدية وبعض المؤسسات والسفارات والمراسلين الأجانب، وأكثر من 100 موقع على الانترنت منها Yahoo , MSNBC.

وقد فتحت الانترنت المجال لمشتركين جدد بحثا عن خدمات الوكالة، حيث إن الوكالة بها كم هائل من الأخبار والمعلومات والصور وقد ساعد الانترنت فى خلق مزيد من الطلب على خدماتها.

17-دور التكنولوجيا فى زيادة مصادر الدخل:

تلعب الإمكانيات المادية دوراً هاما في تطوير المستوى الإعلامى للوكالة، وقد استطاعت الوكالة أن تقدم بعض الخدمات الإعلامية الجديدة التى تساهم فى زيادة مصادر دخل الوكالة، فهى تحصل الآن على ما يقرب من 10 مليون دولار كندى من الخدمات الجديدة التى تقدمها الوكالة، وهو مبلغ لا يزال ضئيلا مقارنة بالدخل الرئيسى الذى تحصل عليه الوكالة من المساهمين فبعض الصحف الكبرى تدعمنا سنويا بحوالى مليون دولار كندى، ولكنها تسعى باستمرار لتطوير خدماتها الخاصة وتسويقها عبر الانترنت لزيادة مصادر الدخل الخاصة بالوكالة.

18- التحول الى عصر الاندماج والتقارب الصحفى:

قامت الوكالة بإعادة بناء وهيكلة غرفة الأخبار Re – engineered the news room لتناسب العمل باستخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة، فلديها صحفيون لديهم خبرات متنوعة فى مجال التكنولوجيا، وقد راعت مسألة التخصص فى التعامل مع التكنولوجيا حتى يتمكن كل صحفى من أداء جانب معين من العمل الصحفى بشكل جيد، فلديها صحفيون متخصصون فى التصوير الرقمى، وتصميم مواقع الويب، وتكنولوجيا العرض presentation technology، وكاميرات الفيديو الرقمية وهكذا، فالصحفى لديه الخبرة عن معظم هذه الأشياء لكنه يتخصص فى شئ محدد يناسب طبيعة عمله حتى يكون هناك كفاءة فى التعامل مع التكنولوجيا.

جوانب عمل وكالات الأنباء :

ويشرح ياسر محمود عبد العزيز جوانب عمل وكالات الأنباء على النحو التالى:

المدخلات:

المراسلون، المندوبين، نظم المعلومات، وسائل الإعلام الأخرى، الأقسام الفنية.

العمليات (القيمة المضافة)

جمع الأخبار وتجهيزها، تطوير الأخبار والقصص الإخبارية والتقارير، تقسيم الخدمات وتوزيعها، مساندة الأخبار والقصص بالأعمال الفني (صور جرافيك) وبالمعلومات الموثقة، إضافة التحليل والاستشراف من متخصصين من العاملين بالوكالة أو خارجها، الترجمة إلى لغات متعددة لتقديم الخدمات بهذه اللغات، إنشاء أو المساهمة في إنشاء شركات وخدمات ذات طابع اعلامى ومعلوماتي اقتصادي، إنشاء أو المساهمة في إنشاء مؤشرات لقياس أداء الأسواق، وشركات استطلاعات رأى لقياس التوجهات السياسبة، إنشاء وسائل الإعلام أخرى كمحطات إذاعة وتليفزيون.

المخرجات:

أشكال تحريرية متعددة ومطورة، صور ورسوم بيانيه (جرافيك) ومعلومات مساندة للقصص الخبرية، أشكال خبرية منوعة عبر خدمات متخصصة (اقتصاد رياضة ...)، نشرات بلغات عدة وكتب ومطبوعات، محطات تليفزيون وإذاعات وخدمات على شبكة الانترنت والهواتف النقالة، مؤشرات اقتصادية واستطلاعات رأى دورية، شركات اقتصادية تهدف أساسا إلى الربح.

المستفيدون:

حكومات ومنظمات دولية، شركات في كافة الفروع والأنشطة، مستثمرون ورجال أعمال، أفراد عاديون.[xi]

أشكال أو أجناس المادة الإخبارية في وكالات الأنباء

التحرير الصحفي في وكالة الأنباء Wire editing:

هو عملية تحرير إبداعية لأن خدمة الوكالة تقدم تدفقا منتظما من أنباء أخذة في التطور والتغير، تمثل مادة خام لمحرري الوكالة الذين يقومون بدورهم بتحويلها إلى منتج نهائي يتناسب مع احتياجات عملائهم (وسائل الإعلام الأخرى)، إن القصص الإخبارية تتغير ساعة بساعة، وأحيانا دقيقة بدقيقة، ما يفرض في أوقات عديدة متقاربة، ضرورة أن يقوم المحرر بإضافة أشياء أو إعادة التحرير، وهذا الأمر غير محدد بتوقيت معين ينتهي فيه العمل، ويسلم إلى المطبعة كما هو الحال في الصحف مثلا، إذ لا يوجد حد أقصى للوقت، ولكن هناك عمل وتغيير وتطوير كلما كانت هناك أحداث.

أن هذه الخصائص وظروف العمل التي تميز وكالة الأنباء عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى تفرض سمات أسلوبية خاصة يجب أن تعتمدها عملية التحرير في وكالات الأنباء، **ومن تلك السمات مايلي:**

- التقديم الواقعي
- الإيجاز في التعبير
- الوضوح
- اللاذاتية [xii]

هناك مجموعة من الأجناس أو الأشكال الصحفية التي تعرض من خلالها أو تحرر المادة الإخبارية في وكالات الأنباء **وهي:**[xiii]

1- الخبر الخاطف أو الفلاش FLASH

وهو خبر قصير مقتضب يصاغ في عدة كلمات قليلة ويحرر بأسلوب تلغرافي ويتعلق بحدث على درجة كبيرة من الأهمية ولابد أن ينسب إلى مصدر مثلا:

الخرطوم: انقلاب عسكري، ويصحب ذلك إعلان حالة الاستعداد في أجهزة التحرير. ويعطى جرس قبل إذاعته وبعده، ويعقب الفلاش إضافة فورية بخبر أو خبرين مسبقين يحتويان على الإجابات المتاحة عن بعض التساؤلات الخاصة بالحدث.

2-الخبر المسبق BULLETIN

وهو خبر قصير يصاغ بأسلوب موجز لا يتجاوز 35 كلمة، ويستخدم لتغطية الأحداث التي تقل أهميتها عن الخبر الخاطف (الفلاش)، وهو عملية تكرار موسع لمضمون الخبر الخاطف، وعندما تتعدد الأخبار المسبقة الخاصة بحدث واحد يتم ترقيمها.

3-الخبر العاجل URGENT

وهو خبر يغطي حدثا مهما ولكنه لا يصل إلى مرتبة الخبر المسبق، ولا يزيد عن 100 كلمة، وعندما تتعدد الأخبار العاجلة حول حدث واحد يتم ترقيمها أيضا، ويستخدم أيضا العنوان الرمزي SLUGالذي يتراوح بين كلمة وثلاث كلمات في كل منها.

4-الخبر المستمر RUNING

ويغطى حدثا مهما مازالت وقائعه مستمرة مثل المعارك العسكرية أو المباريات الرياضية، أو اجتماعات منظمة ما أو مؤتمر، وتتضمن تغطيته عناوين رمزية وترقيما.

5- الإضافات TAKES

يجب أن يتبع كل خبر مسبق بإضافة أو تكملة أو قصة إخبارية موسعة.

1/5 ويقصد بالإضافة أو التكملة تقديم إيضاحات مكملة لمحتوى ما جاء في الخبر المسبق وتتضمن كل إضافة أو تكملة عددا من الكلمات لا يزيد عن 150 كلمة ويتم ترقيم كل إضافة مع التذكير في رأس الخبر بالعنوان الرمزي.

2/5 أما القصة الإخبارية الموسعة، فهي تكرر كل التفاصيل التي وردت في الخبر المسبق أو أخبار الحدث المستمر، ومن خلالها يتم تقديم تفاصيل الخبر مرتبة حسب أهميتها لا على أساس ترتيب وقوعها الزمني.

ويجب تقطيع القصة الإخبارية الموسعة إلى إضافات من 200 كلمة – على الأكثر – لكل إضافة.

6- التحليل الشامل Round - up

ويضم التحليل الشامل الأخبار التي أذيعت حول موضوع واحد بصورة متفرقة على فترات زمنية مختلفة، مع إضافة خلفيات وثائقية أو تاريخية، ويشتمل التحليل على أكبر قدر ممكن من التفاصيل عن الحدث وشخصياته.

ويجب ألا يزيد التحليل الشامل عن 600 كلمة مقطعة في إضافات كل منها 200كلمة.

7- الأخبار الخاصة Specials

وتعد لإرسالها إلى مشترك خاص أو بلد معين أو منطقة جغرافية معينة أو قسم خاص من أقسام التحرير، وتكون عبارة عن تكملة أو قصة إخبارية، ويتم تحريرها إما بإحدى لغات العمل في المركز الرئيسي أو بلغة الدول التي تستقبل هذه البرقيات.

ويسبق الخبر الخاص بالرمز (خاص) ومذكرة (أنتبه).

8-التعليق Comment

وهدفه تفسير وتوضيح ما حدث، ووضعه في سياقه أو إطاره التاريخي أو الموضوعي، ويجب ألا يكون ذاتيا بل موضوعيا، وبالتالي فهو لا يعكس وجهة نظر كاتبه بل يفسر الحدث بصورة موضوعية وأفضل ضمان لهذه الموضوعية: استخدام مصادر محددة بقدر الإمكان، والتذكير بوقائع دقيقة أو بوثائق، ولا يتجاوز التعليق بأي حال 400 كلمة.

9-التحقيق الصحفي (سبق تعريفه)

10-الحديث الصحفي(سبق تعريفه)

11-تغطية المؤتمرات الصحفية (التقليدي -المستحدث)

12-الموضوع الصحفي، موضوع المعالم، الفيتشر (سبق تعريفه)

13-الرواية الرقمية للقصةDigital story telling xiv

ويلاحظ أن عدد من وكالات الأنباء -مثال لذلك وكالتي رويتر ووكالة الأنباء الفرنسية- قد استفاد من تقنيات الكتابة والنشر على شبكة الانترنت، وتحول من كتابة الخبر News writing إلى رواية القصة الخبرية Story telling واستعان في ذلك بأدوات الانترنت، وهى النص المتشعب Hypertextuality، والتفاعلية Interactivity، وتعددية الوسائط Multimodality ، فأصبحت الوكالات توظف تقنيات الوسائط المتعددة في عرض المادة، وجاليريهات الصور الفوتوغرافية.

وهناك مجموعة من الأشكال الخبرية المساندة:

1. اللمحة الشخصية Profile.
2. الإطار.
3. تقرير المعلومات.
4. أهم التطورات.
5. الموجز Top new موجز لأهم لأنباء في ختام كل دورة من دوراتها الرئيسية.
6. عرض الصحف.
7. المتوقعات.
8. أحداث اليوم في التاريخ.
9. مساعدات النطق (لبعض الألفاظ قد تكون أسماء شخصيات، أماكن، مصطلحات).
10. الصور الفوتوغرافية.
11. الرسوم التوضيحية .

خلاصة الوحدة العاشرة

بدأت الوحدة بتعريف وكالة الأنباء كمؤسسة متخصصة فى التزويد بخدمات اخبارية للجرائد والمجلات وغيرها من وسائل الاعلام والاتصال اضاف الى الأفراد والمؤسسات الحكومية والخاصة، وعرضت لأبرز وكالات الأنباء في العالم.

وتتبعت الوحدة بعد ذلك تطور وكالات الأنباء من الناحية التقنية، وحللت التحديات التى تواجه عمل وكالات الأنباء فى ظل العصر الرقمى بكل مستحدثاته التقنيه.

وعرضت الوحدة بالتفصيل لنموذجين لوكالات الأنباء هما: وكالة انباء الشرق الأوسط، ووكالة الأنباء الكندية، من حيث الأهداف، التطور التكنولوجى، السمات، والخدمات الاعلامية التى تقدمها كل منهما.

واختتمت الوحدة بعرض مقارن لأشكال أو اجناس المادة الاخبارية فى وكالات الأنباء، وسمات تلك الأشكال التحريرية وخصائصها.

أسئلة وتطبيقات الوحدة العاشرة

1- اشرح المقصود بوكالة الأنباء مبينا دورها الاعلامى المميز، مع اعطاء أمثلة من المنطقة العربية والعالم..

2- حلل التحديات التى تواجه عمل وكالات الأنباء فى ظل الثورة الرقمية، مبرزا بوجه خاص المنافسة الراهنة بينها وبين محركات البحث على شبكة الانترنت.

3- اكتب تقارير حول الأشكال الاخبارية التالية:

- الخبر الخاطف.
- الخبر المسبق.
- الخبر العاجل.
- الخبر المستمر.
- الاضافات.

4- قارن بين كل من وكالتى أنباء الشرق الأوسط، ووكالة الأنباء الكندية من حيث الأهداف، التنظيم والحدمات الاخبارية والمعلوماتية التى تقدمها كل منهما.

أنشطـــة يقـــوم بهـــا الـــدارس

1-اختر جريدة يومية، ومجلة اسبوعية وتتبع كيفية افادة كل منهما من خدمات وكالات الأنباء المحلية والعالمية.

2- من خلال المقارنة بين موقعي كل من وكالة رويترز، ووكالة الأنباء الفرنسية حلل كيف استطاعت وكالاتالأنباء توظيف تقنيات الثورة الرقمية لتطوير عنلها الاعلامي وأسليب تحرير المادة الخبرية وعرضها.

مـراجـع الـوحـدة العـاشـرة

(1) ياسر محمود عبدالعزيز: "الخبر الصحفى فى وكالات الأنباء: دراسة تحليلية مقارنة للأشكال الخبرية فى وكالات الشرق الأوسط المصرية (أ.ش.أ)، ودويتش برس الألمانية (دب أ) وأسوشيتد برس الأمريكية(أ ب)"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2004.

(2) محمود حمدى عبد القوى :"تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلاقته بفنية التحرير فى وكالات الأنباء "دراسة تحليلية وميدانية مقارنة على وكالتى أنباء الشرق الأوسط ووكالة الأنباء الكندية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الاداب، جامعة المنيا، 2006

(3) "جوجل يطرح محرك بحث جديد عن الصحف الاليكترونية" العرب اونلاين 2005/11/24

"هل أعلنت ياهو الحرب على وسائل الإعلام التقليدية؟

دخلت عالم الأخبار بالصوت والصورة والنص المطبوع.. وعينت مراسلا حربيا مخضرما

http://www.almokhtsar.com/html/best/2/341.php

2005/09/19

(4) "عبد المنعم فريد:"لتحسين خدمتها الإخبارية جوجل تبث أخبار أربع وكالات أنباء عالمية على موقعها"، http://www.drweb4u.net/vb/showthread.php?t=14390

.22 Sep 2007 10:36:29 GMT

(5) The Coming Of Communication Agents May 1, 2003

http://www.masternewmedia.org/2003/05/01/the_coming_of_communication_agents.htm

28 Sep 2007 23:24:04 GMT.The Coming Of Communication Agents

(6)Role of news agencies in ICT age discussed

http://news.uzreport.com/uzb.cgi?lan=e&id=37783

27 Sep 2007 15:26:25 GMT.

(7)Ifra Press Releases MINDS European news agencies create new-generation mobile information services MINDS – European news agencies create new-generation mobile information services

http://www.ifra.com/website/news.nsf/wuis/59BEB46F6B625C2BC1256E1900593900?OpenDocument&0&E&

26 Sep 2007 17:50:06 GMT·EC project for more media diversity for mobile handsets in Europe

كتب الدار العربية للنشر والتوزيع

- الأخبار الاذاعية والتليفزيون	أ.د. حسن عماد مكاوي
- الإخراج الاذاعى والتليفزيوني	أ.د. نشوي سليمان محمد عقل
- إدارة الإعلان واقتصادياتها	أ.د. فاتن محمد رشاد
- إدارة الصحف واقتصادياتها	أ.د. محمود علم الدين
- إدارة وتخطيط العلاقات العامة	أ.د. محمود يوسف مصطفي عبده
- الإعلام الدولي	أ.د. نهي عاطف عدلي العبد
- الإعلان الاذاعي والتليفزيون	أ.د. شعبان أبو اليزيد شمس
- الأفلام الوثائقية والبرامج التسجيلية	أ.د. محمد نبيل طلب
- إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية	أ.د. محمود إبراهيم خليل
- البرامج التعليمية والثقافية	أ.د. محمد نبيل طلب
- التخطيط الإعلامي	أ.د. عاطف عدلي العبد عبيد
- تخطيط الحملات الإعلامية	أ.د. فاتن محمد رشاد
- تكنولوجيا الاتصال والمعلومات	أ.د. محمود علم الدين
- الصحافة المتخصصة	أ.د. ليلي عبد المجيد
- العلاقات العامة في المجال التطبيقي	أ.د. محمود يوسف مصطفي عبده
- فن الإعلان الصحفى	أ.د. صفوت محمد مصطفي العالم
- الإعلان الصحفي	أ.د. صفوت محمد مصطفي العالم
- الإخراج الصحفي	أ.د. شريف درويش اللبان
- فن العلاقات العامة	أ.د. محمود يوسف مصطفي عبده
- الكتابة للاذاعة والتليفزيون	أ.د. نسمة أحمد يون
- مشروع إصدار جريدة أومجلة	أ.د. محمود علم الدي
- مقدمة في الإعلان	أ.د. صفوت محمد م
- مقدمة في الصحافة	أ.د. محمود علم الدي
- مقدمة في العلاقات العامة	أ.د. محمود يوسف
- مقدمة في الفنون الاذاعية والسمعبصرية	أ.د. حسن على محم
- مقدمة في مناهج البحث الإعلامي	أ.د. شريف درويش
	أ.د. هشام عطية عب
- نظريات الإعلام	أ.د. حسن عماد مكاوي

للدار إصدارات أخرى فى مجالات علوم التربة والأراضى والحشرات والميكروبيولوجى والوراثة وعلوم تكنولوجيا الأغذية والعلوم الهندسية والبيئية والعلوم البحتة وغيرها.